

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za sociologiju

## **DIPLOMSKI RAD**

# **RELIGIJA NA INTERNETU: ANALIZA SADRŽAJA SLUŽBENIH WEB STRANICA VJERSKIH ZAJEDNICA U HRVATSKOJ**

Studentica: Jasna Vejić

Mentor: dr. sc. Krunoslav Nikodem, izv. prof.

Zagreb, listopad 2013.

## **SADRŽAJ:**

<b>1. UVOD</b>	4
<b>2. UVOD U PREDMET ISTRAŽIVANJA</b>	6
2.1. DEFINIRANJE POJMOVA	6
2.3. KRATKA POVIJEST UPOTREBE INTERNETA U RELIGIJSKE SVRHE ...	13
2.4. ODNOS RELIGIJE I INTERNETA: PREGLED TEORIJA I KONCEPATA...	16
2.5. RELIGIJSKI SADRŽAJ NA INTERNETU I NJEGOVA UPOTREBA	23
2.5.1. Tko postavlja religijski sadržaj online?	23
2.5.2. U kojim se oblicima religijski sadržaj pojavljuje na Internetu?	24
2.5.3. Tko koristi religijski sadržaj na Internetu?	25
2.5.4. Kako i zašto pojedinci koriste religijski sadržaj na Internetu?	26
2.6. OGRANIČENJA, NEDOSTACI I PROBLEMI PRI KORIŠTENJU INTERNETA U RELIGIJSKE SVRHE	31
<b>3. RELIGIJSKA SLIKA HRVATSKE</b>	35
3.1. SOCIOKULTURNI I POVIJESNI KONTEKST ULOGE RELIGIJE U HRVATSKOM DRUŠTVU	35
3.2. RELIGIJSKA SLIKA HRVATSKE	39
3.3. VJERSKE ZAJEDNICE U HRVATSKOJ	44
<b>4. CILJEVI I SVRHA ISTRAŽIVANJA</b>	48
<b>5. POLAZIŠTA I HIPOTEZE</b>	49
5.1. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA	49
5.2. TEORIJSKO KOCEPTUALNA RAZRADA	56
5.3. HIPOTEZE	59
<b>6. METODOLOGIJA</b>	60
6.1. UZORAK	62
6.2. INSTRUMENT	63
<b>7. REZULTATI</b>	67
7.1. ANALIZA DISTRIBUCIJA FREKVENCIJA	67

7.1.1. Informacije o zajednici .....	67
7.1.2. Informacije o vjerovanju .....	69
7.1.3. Novosti vezane uz zajednicu .....	70
7.1.4. Multimedijalni sadržaj .....	70
7.1.5. Popratni sadržaj .....	72
7.1.6. Mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta .....	74
7.1.7. Ostali nalazi .....	78
7.2. PROVJERA HIPOTEZA .....	80
<b>8. RASPRAVA</b> .....	85
<b>9. ZAKLJUČAK</b> .....	91
<b>10. LITERATURA</b> .....	93
<b>11. PRILOZI</b> .....	97

## 1. UVOD

Pojavu religijskog sadržaja na Internetu možemo pratiti još od osamdesetih godina prošlog stoljeća, kad se na nekima od prvih online prostora za diskusije pojavljuju teme koje se tiču religije. Do danas, Internet je dom tisućama web stranica<sup>1</sup>, blogova i foruma religijske tematike, a njihov broj se svakim danom povećava. Odnos religije i Interneta predmet je brojnih teorijskih i empirijskih radova nastalih u protekla dva desetljeća. Ti radovi nastoje objasniti različite aspekte ovog odnosa, od međusobnih utjecaja religije i Interneta, utjecaja njihovog odnosa na vjerovanja i religijsku praksu pojedinaca, do različitih mogućnosti upotrebe Interneta u religijske svrhe. Ipak, zbog stalnog napretka novih tehnologija, ovaj odnos se konstantno mijenja i javlja se potreba za novim istraživanjima.

Autori koji se bave ovim područjem u nekoliko su navrata naglašavali da prilikom istraživanja fenomena religije na Internetu treba početi od odgovaranja na pitanja kakvi sve sadržaji postoje na Internetu, tko i zašto postavlja taj sadržaj, a tko ga i zašto koristi. Tek nakon pružanja odgovora na ova pitanja, moguće je krenuti s utvrđivanjem načina na koji se ovi sadržaji koriste, kvalitete i prirode iskustava koja pružaju korisniku te utjecaja koji imaju na vjerovanje i religijsku praksu pojedinca (Dawson, 2000; Campbell, 2006). Budući da u Hrvatskoj još uvijek ne postoje radovi koji se bave religijom na Internetu općenito, a tako ni nekim od ovih pitanja, odlučili smo provesti istraživanje kojim ćemo dobiti uvid u jedan dio religijskog sadržaja na Internetu.

Religijski sadržaj koji je moguće pronaći na Internetu raznolik je, pojavljuje se u različitim oblicima – web stranice, društvene mreže, forumi, blogovi – i potječe iz različitih izvora – od vjerskih zajednica, vjerskih službenika, duhovnih vođa, pojedinih vjernika. S obzirom na nemogućnost obuhvaćanja cjelokupnog religijskog sadržaja na Internetu, u ovom radu bavit ćemo se samo jednim dijelom dostupnog sadržaja, a to je onaj koji se javlja na službenim web stranicama registriranih vjerskih zajednica u Hrvatskoj.

---

<sup>1</sup> Budući da u hrvatskom jeziku ne postoje različiti nazivi za pojmove *website* i *web page* te se oba prevode kao *web stranica*, potrebno je naglasiti da se termin *web stranica* korišten u ovom radu odnosi na *website*. U engleskom jeziku pojmom *website* označava se kolekcija HTML dokumenata i multimedijalnih resursa, dok se *web page* odnosi na pojedini HTML dokument.

U Hrvatskoj postoje 52 registrirane vjerske zajednice, odnosno zajednice upisane u *Evidenciju vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj*. Neke od tih zajednica prepoznale su Internet kao sredstvo za pružanje informacija svojim članovima, ali i drugim zainteresiranim pojedincima, te za komunikaciju s njima. Ono što nas zanima i što ćemo istražiti u ovom radu jest koje zajednice imaju službene web stranice, koje sve vrste sadržaja na njima objavljuju, pružaju li korisnicima mogućnosti za interakciju i postoje li neke uočljivije razlike u učestalosti pojavljivanja različitih vrsta sadržaja na ovim stranicama. Kako bismo to istražili proveli smo analizu sadržaja službenih web stranica registriranih vjerskih zajednica čije ćemo rezultate prezentirati u ovom radu.

Prije pregleda tijeka i rezultata provedenog istraživanja pružit ćemo pregled pojmova i teorija vezanih uz odnos religije i Interneta te ćemo prikazati aktualnu religijsku situaciju u Hrvatskoj, kao i sociokulturni i povijesni kontekst društva u kojemu ona nastaje.

## 2. UVOD U PREDMET ISTRAŽIVANJA

### 2.1. DEFINIRANJE POJMOVA

Ovaj rad bavi se odnosom religije i Interneta, odnosno pojavom i različitim načinima korištenja religijskog sadržaja na Internetu. Na samom početku definirat ćemo pojmove ključne za daljnje praćenje i razumijevanje teme. To su pojmovi religije, religioznosti, vjerske zajednice, novih religijskih pokreta, Interneta, računalno posredovane komunikacije, virtualne stvarnosti i zajednice te pojam kibernetičkog prostora.

Pojam *religije* jedan je od pojmova čija općeprihvaćena definicija ne postoji, odnosno religija se u različitim kulturama različito shvaća i definira. Pri istraživanju religije prihvaćena su dva pristupa. Prvi pristup polazi od supstantivnih ili deskriptivnih definicija. One označavaju određene vrste vjerovanja i praksi kao religiju bez da ih evaluiraju, pokazuju njihovu funkciju ili dovedu u vezu s drugim vjerovanjima i praksama koje vrše slične funkcije. Drugim riječima, ovakve definicije opisuju ono što religija jest, odnosno bave se njenim sadržajem. Međutim, u promjenjivim društvima i religija se mijenja, komplicirajući tako nastojanja da se definira ono što ona jest i potičući nastojanja da se prouči i definira njena funkcija. To nas dovodi do druge vrste definicija, a to su funkcionalne definicije. Ovaj način definiranja temelji se na promatranju religije kroz funkciju koju ona ima za društvo ili pojedinca (Yinger, 1968; Haralambos i Holborn, 2002). Prema Yingeru, postoji još jedna vrsta definicija, a to su vrijednosne definicije. One opisuju što bi religija trebala biti sa stajališta samog autora, a ne ono što stvarno jest, iako ih autori nastoje tako prezentirati (Yinger, 1968).

U knjizi „*Elementarni oblici religijskog života*“ napisanoj 1912. godine, Émile Durkheim dao je jednu od najčešće korištenih definicija religije u sociologiji. On određuje religiju kao čvrsto povezan sustav vjerovanja i običaja koji se odnose na svete stvari i koji svoje pristalice sjedinjuje u istu moralnu zajednicu zvanu crkva. Pritom su svete stvari one koje su zaštićene i izolirane zabranama te pobuđuju divljenje, štovanje i obožavanje, a svjetovne ili profane one na koje se zabrane odnose i koje moraju ostati udaljene od prvih. Religijska vjerovanja su predodžbe koje izražavaju prirodu svetih stvari i odnose koje one održavaju bilo jedne s drugima, bilo s profanim stvarima.

Obredi su pravila ponašanja koja propisuju kako se čovjek mora ponašati prema svetim stvarima (Durkheim, 2008:95-101).

Pojam religije treba razlikovati od pojma *religioznosti*. „Dok pojam religije podrazumijeva jedan cjelovit sustav ideja, vjerovanja i vrijednosti, pojam religioznosti implicira subjektivni, individualni stav koji nastaje kao posljedica usvajanja određenih religijskih vjerovanja, a koji ne mora biti povezan samo s jednom konkretnom religijom“ (Marinović Bobinac, 1995:854).

Terminom *vjerska zajednica* označavamo grupu ljudi koji dijele zajedničko uvjerenje, prakticiraju zajedničku religiju te sudjeluju u zajedničkim vjerskim ritualima i obredima (Acquaviva i Pace, 1996).

Još jedan bitan pojam odnosi se na pojam *novih religijskih pokreta* (eng. *New Religious Movements*). Iako je prijeporno koliko su stvarno *novi* ovi religijski pokreti jer se neki od njih izravno oslanjaju na pojedine religijske tradicije, ovaj termin ipak se prihvaća za označavanje tisuća različitih religijskih pokreta uglavnom nastalih u Africi, Japanu i na Zapadu tijekom šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća. Na općoj razini, možemo ih podijeliti u tri skupine: oni koji odbacuju, negiraju svijet, oni koji ga prihvaćaju te oni koji se svijetu prilagođavaju (Nikodem, 2009).

Nakon određenja najvažnijih pojmova vezanih uz religiju, odredit ćemo osnovne pojmove vezane uz Internet. Prema tehnološkoj definiciji, *Internet* označava mrežu međusobno povezanih računala čija je svrha olakšavanje nesmetanog toka informacija među milijunima terminala koji tvore tu mrežu i čiji je osnovni imperativ *podaci moraju teći* (Cowan, 2007). Internet „obuhvaća kolekciju servisa i operacija uključujući elektronsku poštu (eng. *e-mail*), elektronske oglasne ploče (eng. *Bulletin Bord System – BBS*), pričaonice (eng. *chat rooms*), navigacijske sustave te multimedijalne komponente poput audio i video tehnologije“ (Campbell, 2005:6). Međutim, odmaknuvši se od strogo tehnološkog određenja pojma, Campbell ističe da Internet predstavlja više od alata, on je medij koji oblikuje kulturu i ideje tehnologije (Campbell, 2005:6). Njegove korijene možemo pratiti još od 1957. godine, dok se u obliku u kojem ga danas najčešće koristimo pojavio 1990. godine u Švicarskoj. Do danas je njegova upotreba narasla do te mjere da 34% svjetskog stanovništva ima pristup Internetu i teško može zamisliti svakodnevni život bez njega. Najveći postotak stanovništva koje ima pristup Internetu

je u Sjevernoj Americi a iznosi 78,6%, dok je u Europi taj broj 63,2%. Očekivano, Afrika ima najmanji postotak, tek 15,6% stanovništva ima pristup Internetu (Internet World Stats, 2012) Prema podacima iz Statističkog ljetopisa 2011. godine, te godine pristup Internetu imalo je 50% kućanstava u Hrvatskoj (Stat. ljetop. Repub. Hrvat. 2011:306).

*Računalno posredovana komunikacija* odnosi se na komunikaciju koja se ostvaruje putem Interneta. Možemo ju podijeliti na sinkronu (ona koja se odvija direktno, u realnom vremenu) i asinkronu (indirektna, koja se ne odvija u realnom vremenu). Sinkroni vidovi komunikacije su oni koji se odvijaju u pričaonicama gdje komunikacija može biti grupna ili jedan na jedan, zatim putem različitih programa za slanje i primanje poruka (eng. *messenger*, npr. ICQ, MSN) gdje se komunikacija uglavnom odvija između dvije osobe te u okviru virtualnih svijetova koji se kreiraju na MUD platformama (eng. *Multi-User Dungeons*). Asinkroni vidovi računalno posredovane komunikacije su, prije svega elektronska pošta, zatim različiti diskusijski forumi, grupe za novosti (eng. *news groups*), konferencije (BBS) i u novije vrijeme sve popularniji blogovi<sup>2</sup> (Petrović, 2008:94). Danas ovom popisu možemo dodati i društvene mreže, poput *Facebooka* i *Twittera*, koje pružaju mogućnosti za održavanje i jednog i drugog vida komunikacije.

Smatramo potrebnim definirati i pojam *virtualne realnosti* koji označava računalnu simulaciju gdje se tijelo (ljudskog korisnika) nalazi u povratnoj sprezi s računalno generiranom slikom. Pojam virtualne stvarnosti (eng. *virtual reality*) pripisuje se Jaronu Lanieru (1986.) koji smatra da ona nudi kombinaciju objektivnosti fizičke okoline i neograničenosti sadržaja koji su nalik mašti i snovima. Virtualnu stvarnost čine računalno posredovani sustavi, to je računalno stvoren prostor unutar kojeg se korisnik može kretati i gledati putem „vizira“ koji reagira na podražaje drugih korisnika. Korisnici se mogu kretati računalno stvorenim ulicama i gradovima, bez materijalnih ograničenja zemlje. No položaj korisnika ovisi o njihovom stvarnom kretanju, a ne o unaprijed određenom računalnom programu. Virtualna stvarnost označava način, dakle

---

<sup>2</sup> Blog - vrsta javnog dnevnika koji autori mogu osmišljavati i popunjavati na najrazličitije načine – pisanim, audio i vizualnim sadržajima, dok posjetitelji bloga mogu ostavljati komentare i na taj način komunicirati s kreatorom



ono kako ljudi stupaju u interakciju s računalima te kako si predstavljaju i upravljaju ekstremno složenim podacima (Nikodem, 2010).

Unutar prostora virtualne realnosti nastaju *virtualne zajednice*. Pojam virtualne zajednice prvi put upotrebljava H. Rheingold 1987. godine u članku za časopis *The Whole Earth Review*, koji šest godina kasnije prerasta u knjigu „*The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*“. Virtualnu zajednicu opisuje kao novi oblik zajednice koji okuplja ljude online, oko zajedničkih vrijednosti i interesa stvarajući osobne odnose podrške i prijateljstva koji se mogu proširiti i na licem-u-lice interakciju. „Virtualne zajednice su društveni agregati koji nastaju na Internetu kad ljudi nastavljaju javne rasprave dovoljno dugo i s dostatnim ljudskim osjećajem, da čine mreže osobnih odnosa“ (Rheingold, 1993:5). U kasnijoj literaturi susrećemo se s različitim određenjima virtualnih zajednica i značajki koje ih određuju virtualnima, ili pak zajednicama. Primjerice, Preece pruža definiciju online zajednice koja obuhvaća ljude, svrhu, politiku i računalne sustave: „Online zajednica sastoji se od ljudi koji su u društvenoj interakciji dok teže zadovoljenju vlastitih potreba ili izvode specijalne uloge poput vođenja ili moderiranja. Oni imaju zajedničku svrhu, poput interesa, potrebe, izmjene informacija ili servisa, koja osigurava razlog postojanja te zajednice. Oni imaju politiku, u formi prešutnih pretpostavki, rituala, protokola, pravila i zakona koji vode interakciju među ljudima. Oni imaju računalne sustave koji podržavaju i posreduju društvenu interakciju i time omogućuju nastanak osjećaja zajedništva (Botelho, 2005:51, prema Preece, 2000).

Konačno, potrebno je definirati i *kibernetički prostor*. Pojam kibernetičkog prostora koristi se za opisivanje prostora stvorenog spajanjem elektroničkih komunikacijskih mreža, kao što je Internet, koji omogućava računalno posredovanu komunikaciju između nekog broja korisnika koji u geografskom smislu mogu biti na različitim mjestima u svijetu. To je javni prostor koji može poslužiti za susrete korisnika, razmjenu ideja i informacija, pružanje i traženje društvene potpore, dogovaranje i oglašavanje različitih poslova, stvaranje različitih oblika umjetnosti, uključivanje u političke, religijske i svake druge rasprave, igranje igara i slično (Nikodem, 2010).

## 2.2. RELIGIJA I MEDIJI

„Sve definicije religije uključuju neki element zajedničkog iskustva. Mitovi i rituali koji su temeljni elementi religije, beznačajni su bez veće zajednice u kojoj će se prepričavati (mitovi), odnosno izvoditi (rituali)“ (Carrigan, 2001:57). U samoj biti svake vjerske zajednice njeno je održanje, koje se postiže međusobnom komunikacijom članova. Međutim, ne smijemo zanemariti ni potrebu svake vjerske zajednice da se u što boljem svijetlu prezentira okolini i proširi svoje djelovanje, odnosno privuče nove članove. To postiže komunikacijom sa širom okolinom. Osim komunikacije licem-u-lice između predstavnika i članova vjerske zajednice te među samim članovima određene vjerske zajednice, prisutna je i komunikacija putem različitih medija pa vjerske zajednice koriste tiskane (izdaju časopise i brošure) i elektroničke medije (televizija, radio, Internet).

Tijekom povijesti pokazalo se da su upravo mediji odigrali veliku ulogu u održavanju i širenju svjetskih religija, odnosno u komunikaciji među članovima i onoj prema van. Kao što kaže R. Fox u članku *„Religion, Media and Cultural Studies“*, važno je imati na umu da je jako teško raspravljati o religiji uopće – u bilo kojem povijesnom periodu – bez osvrtnja na medije. Nalazimo, primjerice, da su mediji na više načina ključni za rast i razvoj najrazličitijih pokreta, od budističke Mahayane (otprilike 1.st.), protestantske reformacije (16.st.) do indijskog nacionalizma (20.st.). Za Mahayanu, vrlo je vjerojatno da je upravo upotreba pisma (pisanih tekstova) pomogla sačuvati i proširiti nova učenja, bez direktnog uplitanja redovnički-baziranih institucija tradicionalno odgovornih za usmeno širenje Buddhine riječi i discipline. Slično, izum tiskarskog stroja pomogao je usponu vernakularnog čitalaštva i s tim vezanog nijekanja klerikalnog monopola na interpretaciju Biblije u ranoj modernoj Europi. Kao rezultat toga, za mnoge kršćane je direktna upotreba Biblije postala zamjena za latinsku liturgiju kao primarno suočavanje s Bogom. U Indiji dvadesetog stoljeća, epska Ramayana prikazivana je u obliku TV serije na državnoj televiziji kao dio šire kampanje za gerneriranje javne podrške religijski definiranom nacionalizmu (Fox, 2009:3).

Stvaranje i polagano širenje pisane riječi transformiralo je religijski svijet, baš kao i izum tiskarskog stroja u petnaestom stoljeću. U dvadesetom stoljeću susrećemo se s pojavom masovnih medija koji imaju velik utjecaj na širenje, ali i prakticiranje

religije. „Masovni mediji – sredstva masovnog priopćavanja – jesu skup tehničkog oruđa (televizijske mreže, oprema za povezivanje preko etera i tako dalje) koji nam omogućuje da šaljemo poruke na velikom prostoru, neovisno od sadržaja i specifičnih oblika koje mogu primiti“ (Acquaviva i Pace, 1996:170). Enzo Pace govori o odnosu religije i masovnih medija te o istraživanju ovog odnosa. Pritom ističe da se ovaj odnos istražuje ovisno o tome želimo li saznati kako religijske skupine (crkve, sljedbe, pokreti i slično) koriste masovne medije i kakav to utjecaj ima na njihovu ideološku i organizacijsku strukturu, ili kako se masovni mediji odnose spram religijskih pojava. Ističe da u razmjeru s povećanim prostorom što ga masovni mediji zauzimaju u našem životu, organizirane religije ne mogu ostati ravnodušne pa si postavljaju problem kako ući, izravno ili neizravno, u svijet masovnog priopćavanja i tako iskoristiti to moderno sredstvo koje dopire do ljudi u njihovim domovima. I obratno, masovni mediji također si postavljaju problem kako govoriti o religiji, u skladu s logikom po kojoj se govori samo o onome što je doista vijest, o onome što je spektakularno, što je masmedijski događaj, što privlači pozornost, znatiželju, fascinirajući gledatelje ili čitatelje (Acquaviva i Pace, 1996).

Možemo zamisliti dva tipa posljedica izravne upotrebe masovnih medija od strane crkava ili sekti na njih same. Prva je oblikovanje organiziranog sektora s tehničkim kompetencijama koje su strane religijskom polju, sektora koji izravno ili neizravno upravlja sredstvima masovnog priopćavanja, uz stvaranje sloja specijalista, što umnogostručuje *profesionalne* figure na religijskom poslu. Druga se odnosi na polagano ali neizbježno priklanjanje religijske poruke jezičnim pravilima igre masovnih medija, odnosno nužnosti da se složena poruka pretvori u slogan (Acquaviva i Pace, 1996).

Krajem dvadesetog stoljeća dolazi do pojave Interneta i računalno posredovane komunikacije što opet pruža nove mogućnosti širenja i prakticiranja religije. „Neke od vjerskih organizacija proširuju svoju prisutnost objavljujući religijske informacije i relocirajući neke religijske prakse online“ (Cheong et al., 2009:291). Relativno mali trošak i trud uloženi u postavljanje web stranica inspiriraju milijune ljudi koji reprezentiraju različite religijske grupe ili različita osobna vjerovanja da šire svoju poruku sve široj publici (Lövheim i Linderman, 2005). „Internet pruža neposredan pristup širokom spektru religijskih informacija i to često mnogo brže od tradicionalnih

kanala distribucije. Internet također pruža sredstva i osigurava siguran i interaktivan prostor za širenje religijskih iskustava i ideja te za vođenje iskrenih rasprava relativno slobodnih od utjecaja postojećih religijskih autoriteta te s jako malo restrikcija u slobodi govora“ (Kim, 2005:141). Upravo ćemo se ovim relativno novim fenomenom religije na Internetu baviti u nastavku.

## 2.3. KRATKA POVIJEST UPOTREBE INTERNETA U RELIGIJSKE SVRHE

Ono što danas nalazimo na Internetu pretražujući stranice, blogove, forume s religijskim sadržajem, vuče svoje korijene još iz ranih osamdesetih godina prošlog stoljeća kad se na nekim od prvih online prostora za diskusije pokreću teme koje se tiču religije. Heidi Campbell (2010.) u knjizi „*When Religion Meets New Media*“ pruža kratku povijest upotrebe Interneta u religijske svrhe. Campbell navodi da se nedugo nakon početka razvoja Interneta, odnosno širenja njegove upotrebe, on počinje koristiti kao prostor za raspravljanje o tradicionalnim religijskim vjerovanjima ili za obavljanje spiritualnih rituala. Dok početke razvoja Interneta možemo pratiti od 1957. godine, a njegovu široku upotrebu od sredine 1970-ih, upotrebu Interneta u religijske svrhe možemo pratiti od ranih 1980-ih godina. Howard Reinghold u knjizi „*The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*“ dokumentira jednu od prvih religijski orijentiranih aktivnosti na CommuniTree-ju, jednoj od elektronskih oglasnih ploča (BBS). CommuniTree, prvi online prostor u kojemu su se vodile rasprave o religijskim temama, nastao je 1978. godine u San Franciscu. Pojavio se kao društveni eksperiment, osmišljen kao prostor za prakticiranje slobode govora i za nastanak nove zajednice, za razliku od ostalih BBS-ova koji su se više orijentirali na samu tehnologiju. Bio je to prostor za vođenje različitih razgovora bez ikakve cenzure ili moderiranja. Zaživio je sve do 1982. kada je ugašen zbog vandalizma mlađih korisnika te kao takav postao prvi dokumentirani primjer devijantnog ponašanja korisnika u online prostoru. Tijekom tih nekoliko godina koliko je funkcionirao, na CommuniTree-ju se pojavila tema pod naslovom *Kreiraj svoju religiju*. Iz ovoga su ubrzo nastali brojni forumi na BBS-u na temu religije (Campbell, 2010).

U isto vrijeme, početkom osamdesetih, na Usenetu<sup>3</sup> se pojavljuju različite religijske online rasprave. „To je bilo vrijeme kad su različiti religiozni računalni entuzijasti počeli istraživati načine upotrebe ovih novih sredstava komunikacije za izražavanje svojih religijskih interesa“ (Campbell 2010:22, prema Lochhead, 1997). Helland primjećuje da je 1983. godine strah korisnika Useneta od dominacije religijski orijentiranih rasprava u različitim grupnim raspravama konačno doveo do pojave

---

<sup>3</sup> Usenet je jedan od sustava za rasprave putem Interneta raširen diljem svijeta.

*net.religion* foruma. *Net.religion* pojavio se kao prvi umreženi forum za rasprave o religijskim, etičkim i moralnim implikacijama ljudskog djelovanja“ (Campbell, 2010:22, prema Ciolek, 2004). Diskusije su bile različite, ali se osjećala tendencija ka kršćanskim raspravama. To uzrokuje skoro stvaranje *forum net.religion.jewish* 1984. godine, a nešto kasnije i *net.religion.christian* foruma. Stalni rast ovog foruma doveo je sredinom osamdesetih do podjele na daljnje grupe (hijerarhije) poput *alt.religion*, *soc.religion* i *talk.religion* kao i do stvaranja velikog broja foruma posvećenih specifičnim religijama (Campbell, 2010).

Devedesetih godina prošlog stoljeća, dolazi do porasta broja religijskih grupa, lista za dopisivanje te portala koji su imali za cilj povezati korisnike s rastućim brojem online resursa vezanih uz religiju (naprimjer crosswalk, gospel.com). Također dolazi do rasta broja web stranica koje osiguravaju pristup novim oblicima religija, mijenjajući i prilagođavajući stara vjerovanja novom digitalnom prostoru. Stare religije poput Wiccae i nove poput neopaganizma i tehnopaganizma, prilagođene i slavljene u tehnološkom kontekstu, našle su svoj prostor online (Campbell, 2010).

Početkom 21. stoljeća religijske organizacije, grupe i religiozni pojedinci nastavljaju kreirati i uvoditi nove oblike religijskih praksi i rituala online. Danas gotovo sve vjerske zajednice i organizacije imaju svoje službene web stranice na kojima pružaju čitav spektar različitih sadržaja svojim vjernicima ili drugim znatiželjnim pojedincima. Pojavljuju se blogovi (virtualni dnevnici) s religijskim temama te *cyber-hramovi* i *cyber-crkve* koje iskorištavaju najnovija tehnološka postignuća za eksperimentiranje s novim oblicima religijskog okupljanja. Daljnjim napredovanjem tehnologije virtualne stvarnosti, virtualni svijetovi postaju popularna mjesta za druženje, socijalizaciju pa i eksperimentiranje s religijom (Campbell, 2010).

Religija online također nastoji stvoriti „sigurna mjesta“ u virtualnom svijetu. Mnoge religijske grupe zabrinute su zbog negativnog utjecaja društvenih mreža na njihove članove, izlažući ih sekularnim vrijednostima ili problematičnim seksualnim sadržajima. U vezi s tim, dolazi do trenda kreiranja religijskih verzija popularnih društvenih mreža pa tako nastaju mreže poput Jewmango, Muxlim spaces itd. Također se pojavljuju religijske verzije popularne stranice za pristup video sadržajima Youtube pa nastaje Jewtube, Godtube i slično. Ovakve stranice nastoje pružiti alternativna mjesta

vjernicima za sudjelovanje u istim aktivnostima kao na popularnim stranicama, ali u kontekstu zajednice istomišljenika i pojedinaca jednakih vrijednosti (Campbell, 2010).

Količina religijskog sadržaja na Internetu svakim danom se povećava, baš kao i raznolikost mogućnosti religijskog izražavanja i sudjelovanja u različitim religijskim aktivnostima. Upravo te stalne promjene otežavaju zadatak istraživanja ovog područja i čine da se rezultati istraživanja provedenih pred tek nekoliko godina čine zastarjelima. Istodobno, te promjene stvaraju plodno tlo za istraživanja i potiču znanstvenike na poduzimanje novih koraka prema rasvjetljavanju složenog odnosa religije i Interneta.

## 2.4. ODNOS RELIGIJE I INTERNETA: PREGLED TEORIJA I KONCEPATA

Od sredine 90-ih godina dvadesetog stoljeća znanstvenici uočavaju visoku razinu prisutnosti religije na Internetu pa se posvećuju ocrtavanju kontura i pridavanju smisla različitim upotrebama Interneta u religijske svrhe od strane vjernika i drugih znatiželjnih pojedinaca. U Danskoj je 2001. godine održana prva međunarodna konferencija na temu religije i Interneta čime je potvrđena važnost ovog fenomena, a znanstvenici iz raznih krajeva svijeta potaknuti na daljnja istraživanja. Do danas, većina istraživanja odnosa religije i Interneta fokusirala se na specifične religijske upotrebe Interneta – na to kako se religijske grupe i organizacije prezentiraju online, kako je ta prezentacija promijenila (ili ne) prirodu poruke ili iskustva koje nastoje komunicirati i koliko je uspješna (ili ne) ta komunikacija (Cowan, 2007). Iz pokušaja kategoriziranja religijske aktivnosti online i razumijevanja njene kompleksnosti u mediju koji neprestano raste i mijenja se, rađaju se teorije o utjecaju Interneta na religiju, ali i utjecaju religije na razvoj Interneta, o upotrebi Interneta u religijske svrhe, pokušaji sistematizacije religijskog sadržaja, karakterizacije tipičnih korisnika istog i slično. Drugim riječima, nastaju teorije o različitim aspektima odnosa religije i Interneta.

Mnogi autori bavili su se pitanjem (ne)vidljivog utjecaja religije na samu ideju, nastanak i razvoj Interneta, virtualne stvarnosti i kibernetičkog prostora (Böhmisch, Bolz, Turkle, Cobb, O'Leary, Brasher, Wertheim i drugi). Međutim, u ovom radu ćemo se fokusirati na razumijevanje utjecaja Interneta na religiju te na načine na koje se religija doživljava, prakticira i komunicira posredstvom Interneta.

Jednim od važnijih doprinosa proučavanju odnosa religije i Interneta, smatra se Hellandova distinkcija pojmova *religija online* i *online religija*, kasnije korištena od strane brojnih autora. Christopher Helland uvodi ovo razlikovanje 2000. godine u radu „*Online-religion/religion-online and virtual communitas*“. Po njemu, *religija online* označava prezentiranje informacija o religiji u kontroliranom prostoru s ograničenom participacijom. (Campbell, 2006) Radi se o postavljanju informacija o doktrini, dogmi, ustroju i organizacijama vjerske zajednice na web stranice, tako da se korištenje Interneta svodi na komunikaciju jednog prema mnogima (eng. *one-to-many communication*). Odnosno, ne postoji prostor za korisnika gdje bi on svojim



vjerovanjima i stajalištima doprinosio sadržaju web stranice, a time i vjerskoj zajednici. „Stranica koja pruža informacije o Wicci, na primjer, njenoj povijesti, vjerovanjima, materijalnoj kulturi, o Wicca zajednicama u različitim zemljama, ali koja ne pruža upute za Wiccansku religijsku praksu ili mogućnosti prakticiranja vjere online (poput sudjelovanja u online ritualima), može se smatrati *religijom online*“ (Cowan, 2007:9). S druge strane, pojmom *online religija* označavamo „različite oblike religijske prakse inkorporirane u prostor Interneta“ (Cowan, 2007:9). Odnosno, *online religija* odnosi se na Internet kao interaktivno virtualno mjesto za religijsku praksu, obrede i inovacije. (Campbell, 2006) „Ovo, među ostalim, može uključivati online zahtjeve za molitvama i lance molitava, hinduističke *puđe* i neopoganske rituale, spiritualno savjetovanje i računalno posredovano obožavanje, sakramente i cyber-svećeničke službe“ (Cowan, 2007:9).

Kritike Hellandovog pristupa odnose se na to da je nemoguće potpuno razdvojiti *religiju online* od *online religije* te da u stvarnosti postoje slučajevi koji uključuju elemente i jednog i drugog oblika religije. Jednu takvu kritiku upućuje Glenn Young (2004.) u radu „*Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity*“. On vidi dvije distinkcije kategorija *religije online* i *online religije*. Prva se odnosi na „pružanje informacija o religiji nasuprot mogućnosti sudjelovanja u religijskoj aktivnosti, a druga na primarnu referencu na religijske prakse koje postoje offline nasuprot primarnoj referenci na religijske aktivnosti koje postoje online“ (Young, 2004:93). Na primjerima nekoliko kršćanskih web stranica dokazuje da postoje slučajevi u kojima se pružanje informacija i sudjelovanje korisnika udružuju, odnosno slučajevi u kojima *religija online* i *online religija* koegzistiraju. Sličan pogled dijeli i Douglas Cowan koji primjećuje da, unutar neopaganske tradicije, većina web stranica nastoji premostiti jaz između *religije online* i *online religije* te nudi elemente i jedne i druge, spadajući tako u područje između dva krajnja pola (Cowan, 2005, prema Helland, 2005; Cowan, 2007).

Još jedan važan pojam koji se javlja u teorijama odnosa religije i Interneta je pojam *cyber-religije*. *Cyber-religija* je bila definirana na različite načine otkako se, sredinom 90-ih, pojavilo akademsko proučavanje odnosa religije i kibernetičkog prostora. Neki znanstvenici koristili su ovaj koncept u generalnom smislu kako bi opisali bilo koju vrstu religije posredovanu putem Interneta. „Primjer takvog pristupa je

definicija Brende Brasher (2001.) prema kojoj se *cyber-religija*, u svojoj osnovi, odnosi na prisutnost religijskih organizacija i religijskih aktivnosti u kibernetičkom prostoru. Drugi analitičari shvaćaju fenomen na specifičniji ili više isključiv način, poput Lorne Dawson (2000.) koji rezervira izraz *cyber-religija* za one religijske organizacije ili grupe koje postoje samo u kibernetičkom prostoru“ (Højsgaard, 2005:50). Anastasia Karaflogka je u svojoj studiji religijskog diskursa u kibernetičkom prostoru identificirala tri tipologije. Zamišljene su tako da se njima međusobno razlikuju religijski tekst online (web stranice religijskog sadržaja), *cyber-rituali* i načini situiranja i konstruiranja religije u kibernetičkom prostoru (*cyber-religija*) (Campbell, 2006). U vezi posljednjeg, *cyber-religije*, autorica razlikuje dva koncepta: religija *na* kibernetičkom prostoru i religija *u* kibernetičkom prostoru. Religija *na* kibernetičkom prostoru se u njenoj terminologiji odnosi na informacije postavljene online od strane bilo koje religije, crkve, pojedinca ili organizacije koji također postoje i može se do njih doći u stvarnom, offline svijetu. S druge strane, religija *u* kibernetičkom prostoru odnosi se na religiju koja je kreirana i postoji isključivo u kibernetičkom prostoru, gdje uživa značajno visok stupanj virtualne realnosti. U prvom slučaju, primarna funkcija Interneta je posredovanje informacija o religijskom sadržaju i aktivnostima koje su već ustanovljene ili definirane različitim religijskim tradicijama izvan kibernetičkog prostora. U drugom slučaju, Internet funkcionira kao kreativan ili formativan okoliš koji udomi nove religijske sadržaje ili aktivnosti online. Između sveobuhvaćajuće religije *na* kibernetičkom prostoru i isključujuće religije *u* njemu, Karaflogka stavlja prijelazne ili srednje oblike, odnosno fenomene poput *cyber-crkava* i *cyber-sinagoga* koje po sadržaju pripadaju etabliranim religijskim tradicijama, ali po obliku su bliže povezane s novom interaktivnom i korisniku orijentiranom realnošću kibernetičkog prostora (Højsgaard, 2005).

Međutim, postoje neka neslaganja s ovom distinkcijom. Primjerice, Morten Højsgaard tvrdi da ova distinkcija nedvojbeno predstavlja postignuće u sistematizaciji velike količine religijskog materijala na Internetu, ali je epistemološki problematična percepcija religije *u* kibernetičkom prostoru kao nečeg što postoji isključivo u njemu. „Da budemo precizniji, epistemološki upitna pretpostavka njene definicije jest ideja da religija može postojati neovisno od ljudskog postojanja i ova se pretpostavka, čini se, ne uklapa dobro u tradiciju sekularne studije religije koja percipira religiju kao sintetički

konstrukt ljudskih misli, djela i organizacija. Prateći ovu liniju misli, religije su locirane ili posredovane (a ne postojeće) u kibernetičkom prostoru jer je netko u nekom trenutku nešto učinio, odnosno započeo komunikaciju, postavio program, dizajnirao web stranicu, kupio server, moderirao listu i sl. U skladu s tim, stvarni primjer religije koja je postavljena u kibernetički prostor bez barem malo početne interferencije (umještanosti) čovjeka, tek treba da se pojavi. Navodno čiste stranice religije u kibernetičkom prostoru proizvode se i korištene su od strane ljudi koji ne žive čitave svoje živote *na ekranu*“ (Højsgaard, 2005).

Kao pokušaj pružanja boljeg mehanizma za razlikovanje *cyber-religije* od one iz *stvarnog svijeta*, Højsgaard predlaže model s tri parametra razlikovanja: posredovanje, sadržaj i organizacija.

Dimenzija *posredovanja* širi se od virtualne komunikacije u središtu modela do komunikacije usmjerene prema tijelu na periferiji. Prototip *cyber-religije* posredovan je kroz virtualnu komunikaciju u kibernetičkom prostoru. Nasuprot tome, neki tradicionalni oblici religija (od kojih neke nisu ni predstavljene na kibernetičkom prostoru) posredovani su primarno kroz komunikaciju usmjerenu prema tijelu izvan kibernetičkog prostora i to kroz religijske službe, rituale, sastanke, razgovore i slično. Između ovih nasuprotnih pozicija, kod mnogih religija nalazimo brojne prijelazne, isprepletene i paralelne sustave komunikacije (knjige, letci, pisma, radio programi, televizijske emisije, videa, telefone i slično).

Naravno, parametar posredovanja ne može funkcionirati kao jedini način definiranja karakteristika *cyber-religije*. Jednako je važan i parametar *sadržaja*. U ovoj vezi, važno je primijetiti kontinuirane napore mnogih *cyber-religijskih* stranica da pruže alternative središnjim idejama vodećih religijskih organizacija i tradicija. Mnoge *cyber-religije* namjerno su satirične oko pogleda na svijet i sustava vjerovanja etabliranih religija poput judaizma, kršćanstva i islama. Tradicionalne figure poput Mojsija, Isusa i Alaha u većini slučajeva nemaju tako visoke pozicije u *cyber-religijskim* online prezentacijama. Ovdje prevladavaju fascinacija tehnologijom, igranje uloga, satira, relativističke konstrukcije identiteta, eksperimenti, imitacije te javna antipatija prema postojećim religijskim ritualima, mitovima i etičkim kodovima. Ukratko, središnji sadržaj polja *cyber-religije* čini se da nalikuje na dinamičku, fluidnu, korisnicima

usmjerenu, tehnologijom vođenu i antihijerarhijsku kulturu kibernetičkog prostora samog. Dimenzija sadržaja *cyber-religije* odražava ova suprotna stajališta smještajući refleksiju *cyber* kulture u središte, a refleksiju religijskih tradicija na periferiju.

Posljednji parametar tiče se *organizacije*. Ovaj parametar proteže se od nepostojanja institucionalizacije u središtu do potpune institucionalizacije na periferiji. Mnogi su zagovarači virtualne religioznosti u opoziciji spram onog što smatraju statičnim obilježjima velikih organiziranih religija u offline svijetu (tradicionalizam, konzervativizam, ekonomska birokracija, anti-idealizam). Kako tvrdi Zaleski, „svaka religija koja se oslanja na crkveni autoritet i hijerarhiju, kao i na sakramente, loše će se provesti na Internetu“ (Højsgaard, 2005:55, prema Zaleski 1997). Oslanjajući se najprije na dobrovoljni angažman individualaca koji više ili manje slučajno nailaze na njihove stranice, dizajneri *cyber-religija*, čini se, primarno se fokusiraju na transmisiju i testiranje ideja i misli prije nego na promociju sakralnih institucija, hijerarhija ili sakramenata. Nasuprot raširenoj ideji antiinstitucionalizacije unutar kibernetičkog prostora, brojne *cyber-religije* koje imaju ili su imale aktivne sljedbenike nakon nekoliko godina počinju se institucionalizirati. Sve aktivnosti zahtijevaju neki stupanj logistike, organizacije ili institucionalizacije pa prema tome, kako vrijeme prolazi, možemo očekivati da će se barem neke *cyber-religije* koje uspijevaju privući interes web korisnika polako pretvoriti u sve više i više kompleksne hijerarhijski strukturirane institucije. Prateći ovu liniju argumentacije, oblik Internetski posredovane religije koja bi došla najbliže postojanju isključivo u virtualnoj stvarnosti kibernetičkog prostora bila bi *cyber-religija* koja nije uspjela privući ljudske sljedbenike i tako je s vremenom ugašena, zaboravljena ili obrisana s Interneta pa postoji samo u hardware<sup>4</sup> memoriji nekih internacionalnih Internetskih arhiva (Højsgaard, 2005).

Ukratko, prototip *cyber-religije* posredovan je ili smješten primarno u kibernetičkom prostoru, njen sadržaj reflektira glavne značajke postmoderne *cyber* kulture, a njena je organizacija tek umjerena. U kibernetičkom prostoru postoji čvrsta opozicija spram tradicionalno strukturiranih religijskih institucija, ali ipak *cyber-religija* kao takva adresira isti tip pitanja o legitimaciji etike i značenja života i smrti koja su označena kao pripadajuća religijskom polju (Højsgaard, 2005).

---

<sup>4</sup> Hardware označava računalnu sklopovsku podršku, odnosno opipljivi dio računala, za razliku od programske opreme – softwarea.

Nešto drukčiji model nudi Cowan kad određuje četiri kriterija za identifikaciju *cyber-religije*, bez obzira na specifična vjerovanja, doktrine ili religijske prakse. Ti kriteriji uključuju (1) nužnost postojanja online, (2) zadovoljavanje kriterija za označavanje religijom u klasičnom smislu (offline), (3) mogućnost privlačenja članova i ispunjenja religijskih potreba onih članova online te (4) trajnost u online svijetu i sposobnost prelaženja preko fragilnosti mreže.

Nužnost postojanja online kao kriterij isključuje offline religiju koja je tek prisutna i online. To isključuje i online obrede koji su zamjena za one postojeće u offline svijetu. Iako pripadnici offline vjerskih zajednica koji sudjeluju u online obredima mogu pronaći smisao u ovim aktivnostima, one funkcioniraju samo kao dodaci njihovim offline tradicijama. Nasuprot tome, *cyber-religija*, iako može imati teološku i ritualnu inspiraciju u offline tradicijama, u praksi postoji samo online. Štoviše, *cyber-religija* mora biti isključivo online u terminima svoje društvene i liturgijske interakcije. Potencijalni članovi istražuju *cyber-religiju* putem web stranica, pričaonica i diskusijskih foruma. Trenutni članovi koriste online mjesta za diskusiju za privlačenje potencijalnih članova, treniranje i inicijaciju početnika te za vođenje religijske edukacije. Doktrinarni, liturgijski i organizacijski tekstovi smješteni su online te su dostupni svima ili eventualno zaštićeni lozinkom. Sva organizacijska administracija, društvena interakcija i ritualna praksa je računalno posredovana, bilo u pričaonici, diskusijskom forumu, listi za dopisivanje i slično. Dok članovi zajednice mogu upoznati ili već poznavati jedni druge offline, sve vezano uz njihovu vjersku zajednicu, odnosno *cyber-religiju* odvija se putem Interneta.

Drugo, mora biti moguće identificirati *cyber-religiju* kao religiju, ne samo kao hrpu ikona i teksta koji parodiraju ili repliciraju offline religijski sadržaj. Jednostavno uspostavljanje stranice, proglašavanje sebe svecem, prorokom ili utjelovljenjem božanstva i pozivanje svih koji žele slijediti predstavljena učenja da kliknu i pridruže se, ne tvori nužno religiju. Bez obzira koji definiciju religije uzeli, postoje barem neki kriteriji koji moraju biti zadovoljeni kako bi se sustav vjerovanja i praksi moga nazivati religijom. Ako ne možemo nešto olako označiti religijom u offline svijetu, ne bi imalo smisla da to možemo u onom online.

Treće, *cyber-religija* mora imati mogućnosti privlačenja članova i ispunjenja njihovih religijskih potreba putem Interneta.

Za kraj, *cyber-religija* mora dokazati trajnost postojanja online, odnosno naći način da nađe fragilnost i fluidnost Interneta. Međutim, ovo nije samo funkcija *hardwarea*, *softwarea* ili Internet servisa, nego, mnogo važnije, interesa, obvezanosti i kreativnosti onih koji sudjeluju. Kao što Højsgaard ističe, Internet čini relativno malo sam. Bez obzira na uvjerenja, rituale ili organizacijske strukture, samo ljudi mogu proizvesti i održavati religiju. Dapače, ovo može biti najteže zadovoljiv od četiri kriterija, jer, koliko god brzo napredovala, računalno posredovana komunikacija još je u svojim tehnološkim i društvenim začecima. Istraživanja pokazuju da je mnogo teže uspostaviti i održati smislene društvene odnose isključivo na Internetu nego je to kad netko to čini i online i offline ili isključivo offline. Isto tako, uspješan ritual u kibernetičkom prostoru mnogo je teže postići od rituala održavanih offline. I na kraju, koliko god se čvrstim činio Internet, i dalje je ranjiv zbog promjenjivosti, grešaka na serveru, zastarjevanja *softwarea* i *hardwarea*, zlobnih hakerskih aktivnosti ili pak olujnog vremena (Cowan, 2007).

Nakon što smo dali pregled teorija i koncepata koji govore o odnosu religije i Interneta u nastavku ćemo se baviti religijskim sadržajem na Internetu, njegovim postavljanjem, oblicima i upotrebi.

## 2.5. RELIGIJSKI SADRŽAJ NA INTERNETU I NJEGOVA UPOTREBA

Proučavajući fenomen rastuće količine religijskog sadržaja na Internetu, postavlja se nekoliko pitanja: kakvi sadržaji i u kojim oblicima postoje na Internetu, tko ih i zašto postavlja, a tko ih, kako i zašto koristi, odnosno koje potrebe korisnika zadovoljavaju ti sadržaji. Otkako su se 90-ih godina prošlog stoljeća znanstvenici počeli baviti ovim pitanjima, došlo je do korjenitih promjena u oblicima u kojima se religijski sadržaj pojavljuje na Internetu i načinima na koji se on koristi. Ipak, i najraniji teorijski i empirijski radovi imaju udio u stvaranju cjelovitije slike odnosa religije i Interneta pa ne smijemo zanemariti njihov doprinos. Tako će nam u potrazi za odgovorima na ranije postavljena pitanja, poslužiti teorijski i empirijski radovi nastali tijekom posljednja dva desetljeća. Prvo ćemo se fokusirati na pitanja vezana uz postavljanje, a zatim uz korištenje religijskog sadržaja na Internetu.

### 2.5.1. Tko postavlja religijski sadržaj online?

U članku „*Cyberspace and Religious Life: Conceptualizing the Concerns and Consequences*“, Lorne Dawson pruža odgovor na pitanje tko sve postavlja religijski sadržaj online: „Sve velike svjetske religije, svaka veća ili manja kršćanska denominacija, gotovo svaki novi religijski pokret, tisuće specifičnih crkava, sve je to predstavljeno na Internetu. Nebrojene su web stranice vođene od strane pojedinih vjernika, samoproглаšenih gurua, proroka, šamana i drugih moralnih vođa“ (Dawson, 2001:2). I drugi autori koji se bave ovim područjem dolaze do istog zaključka da religijski sadržaj dopijeva na Internet, s jedne strane od najrazličitijih religijskih organizacija, a s druge od pojedinaca koji su iz različitih osobnih razloga potaknuti da podijele svoja vjerovanja s drugima, pronadu istomišljenike ili u udobnosti svog doma rasprave o različitim temama vezanim uz religiju (Casey, 2001, Campbell, 2006, Lövheim i Linderman 2005 i drugi). Postavljanje religijskog sadržaja online napretkom Interneta postaje sve lakše. Primjer koji to jasno pokazuje su društvene mreže nastale u posljednjih desetak godina (primjerice Facebook i Twitter). Zahvaljujući njihovom jednostavnom dizajnu i relativno lako savladivim načinima korištenja, brzo su postale popularne među korisnicima diljem svijeta. Tako je na društvenim mrežama procvjetala

i komunikacija između religijske organizacije i njenih članova. Istraživanje agencije Buzzplant, provedeno u SAD-u na uzorku od 250 crkava različitih denominacija, pokazalo je da religijske organizacije uglavnom koriste društvene mreže (ponajviše Facebook) kako bi se približile svojim članovima i obavještavale ih o važnim događajima (Pittman, 2012). Osim toga, i korisnici koji nisu službeni predstavnici neke religijske organizacije, mogu vrlo jednostavno stvarati stranice posvećene različitim vjerskim ličnostima ili stranice na kojima će objavljivati svoja uvjerenja i različite religijske sadržaje te pozivati ostale korisnike da pristupe tim stranicama.

### **2.5.2. U kojim se oblicima religijski sadržaj pojavljuje na Internetu?**

Opisavši ranije u kratkim crtama povijest upotrebe Interneta u religijske svrhe, ustanovili smo da je religija najprije svoje mjesto pronašla na elektronskim oglasnim pločama i prvim forumima, da bi se, daljnjim napretkom Interneta, smjestila i na grupe za novosti, liste za dopisivanje, pričaonice, portale, web stranice, blogove i naposljetku na društvene mreže. Ne smijemo izostaviti ni *cyber-crkve* i *cyber-hramove* koji nastaju u međuvremenu, a predstavljaju specifične oblike upotrebe Interneta u religijske svrhe. Ipak, sve bržim napretkom tehnologije, svakog se dana javljaju novi načini korištenja Interneta pa tako popis koji bi u jednom trenutku iscrpio sve mogućnosti koje se nude, već u sljedećem ne bi vrijedio.

Upisivanjem pojma *religija* u Internet pretraživač *Google* dobit ćemo rezultat od nešto više od 12 milijuna stranica, foruma i blogova koji se bave religijom općenito, nekom određenom vjerskom zajednicom ili specifičnim temama i vijestima vezanima uz religiju, ali i stranica na kojima se traženi pojam tek spominje. Upišemo li pojam na engleskom jeziku rezultat je nevjerojatnih 858 milijuna stranica. Upisivanjem specifičnih pojmova vezanih uz religiju ove se brojke višestruko uvećavaju (primjerice, upisivanjem pojma *Bog* na hrvatskom jeziku dobijemo gotovo 87 milijuna, a na engleskom čak milijardu i 800 milijuna rezultata.<sup>5</sup> Očito je da je nemoguće pregledati sav sadržaj koji se nudi, čak i kad njegova količina ne bi rasla svakog trenutka.

---

<sup>5</sup> Rezultati od 14. studenog 2012.



Ipak, na temelju rezultata dosadašnjih istraživanja te saznanja o mogućnostima koje nudi Internet možemo zamisliti podjelu religijskog sadržaja u četiri kategorije ovisno o njihovim karakteristikama tehnološke prirode: tekstualni, audio, vizualni te audiovizualni sadržaj. Tekstualni sadržaj odnosi se na cijeli spektar tekstova relevantnih za vjersku zajednicu ili pojedinca koji ga objavljuje. Neke od vrsta sadržaja koji se pojavljuju na stranicama vjerskih zajednica su informativni tekstovi (tekstovi o povijesti i ustroju zajednice, temeljnim vjerovanjima, obredima i ritualima, najave važnih događaja, vijesti vezane uz zajednicu), vjerski tekstovi ili cijele knjige, propovijedi, razgovori, zapisi sa skupova i predavanja, propovijedi, svjedočanstva. U slučaju stranica ili blogova postavljenih od strane pojedinih vjernika nevezano uz određenu organizaciju, te u slučaju foruma, pričaonica i društvenih mreža, tekstualni sadržaji se uglavnom odnose na razmišljanja, osobna vjerovanja i stavove pojedinaca koji ih postavljaju, na komentare drugih korisnika te na razgovore i rasprave među korisnicima. Najčešći audio sadržaji su religiozna glazba te audio snimke predavanja i propovijedi koje je moguće slušati online ili preuzeti s Interneta. Što se tiče vizualnih sadržaja, moguće je pronaći slike i fotografije s najrazličitijim motivima. Budući da Internet nudi i mogućnost brzog i lakog objavljivanja audiovizualnih sadržaja, nerijetko nailazimo na snimke s različitih skupova, promotivne, edukativne, dokumentarne ili igrane filmove vjerske tematike, kućne video uratke, video spotove religioznih pjesama i slično.

### **2.5.3. Tko koristi religijski sadržaj na Internetu?**

Istraživanje koje je provela skupina istraživača u sklopu *Pew Internet & American Life Project-a* (PIP) empirijsko je istraživanje provedeno u SAD-u intervjuiranjem 500 ispitanika koji su u prethodno provedenom anketnom ispitivanju izjavili da koriste Internet u religijske svrhe (Larsen, 2001). Cilj istraživanja bio je pronalazak odgovora na pitanja tko i zašto traži religijski sadržaj te kako ga koristi. Ovdje ćemo se najprije baviti prvim pitanjem, tko koristi Internet u religijske svrhe. Pojedinci koji posjećuju Internet stranice religijskog sadržaja za potrebe ovog istraživanja nazvani su religijskim surferima (eng. *religion surfers*). To je skupina ljudi raznolika po spolu, dobi, rasi, religijskom uvjerenju, a činjenica korištenja Interneta u nekoj mjeri u religijske svrhe, svima im je zajednička (Larsen, 2001).

Rezultati su pokazali da se religijski surferi prema svojim karakteristikama mogu podijeliti u četiri kategorije. Prva se odnosi na *aktivne tragače*, odnosno na pojedince koji više puta tjedno, ili čak svakodnevno, posjećuju stranice s religijskim sadržajem. Druga kategorija su *preobraćeni*, odnosno oni pojedinci koji su prihvatili drukčiju vjeru od one u kojoj su odgajani. Prema ovom istraživanju, ljudi koji su se u nekom trenutku preobratali na drugačiju vjeru (bilo to preobraćenje unutar neke veće tradicije ili njena potpuna promjena), češće koriste religijski sadržaj online od *lojalnih vjernika* (onih koji od rođenja pripadaju istoj vjeroispovijesti) te ističu pozitivnom mogućnost puno lakšeg i bržeg pronalaska edukacijskog sadržaja online nego offline. Treću kategoriju čine *članovi zajednice*, tj. oni koji pripadaju nekoj kongregaciji ili grupi za bogoštovlje čije web stranice posjećuju. Posljednja kategorija su takozvani *autsajderi*, odnosno pojedinci koji su svjesni pripadanja religijskoj manjini i koji su možda osjećali diskriminaciju temeljenu na svom vjerovanju pa im Internet omogućuje lakšu komunikaciju sa zajednicom i izražavanje svojih vjerovanja bez nametanja mišljenja zajednice većinske u njihovom fizičkom okruženju (Larsen, 2001). Vidljivo je, a to naglašavaju i autori ovog rada, da kategorije nisu međusobno isključive, odnosno da postoje neka sadržajna preklapanja među njima. Ipak, autori nalaze ovu distinkciju korisnom za dobivanje uvida u razlike na koje je moguće naići među religijskim surferima. Nažalost, zasad ne postoje istraživanja koja više pažnje posvećuju tipologiji ličnosti korisnika religijskog sadržaja na Internetu.

#### **2.5.4. Kako i zašto pojedinci koriste religijski sadržaj na Internetu?**

Kad govorimo o načinima korištenja Interneta u religijske svrhe, opet se susrećemo s rastućim popisom mogućnosti koje nudi Internet. Dawson (2001) nudi odgovor na pitanje koje sve radnje mogu vršiti korisnici vezano uz religijski sadržaj na Internetu: „Na Internetu korisnici mogu čitati i razgovarati s drugima o religiji, preuzimati religijske tekstove i dokumente, kupovati religijske knjige i artefakte, ići u virtualne obilaske galerija religijske umjetnosti ili interijera religijskih građevina, tražiti sveta pisma koristeći elektronske indekse, locirati crkve i religijske centre, sudjelovati u ritualima ili meditacijama, glasati o pitanjima vezanim uz organizaciju zajednice, gledati slike vjerskih vođa, gledati video isječke, slušati religijsku glazbu, propovijedi, molitve, svjedočanstva, rasprave“ (Dawson, 2001). Bjerke (2012.) nastavlja popis:

„Korisnici mogu organizirati i prisustvovati online sahranama, vjenčati se online, gledati religijske službe u realnom vremenu, paliti virtualni tamjan, posjećivati memorijalna mjesta ili prinositi virtualne žrtve“ (Bjerke, 2012:568).

Ranije smo spomenuli i društvene mreže koje uvode cijeli niz novih religijskih aktivnosti i stvaraju novi prostor za vršenje starih. One omogućuju korisnicima da na vrlo jednostavan i brz način dijele s drugima svoja religijska uvjerenja, objavljuju tekstove, slike, glazbu, video materijale vezane uz religiju. Osim toga, korisnici imaju mogućnost uključiti se u različite grupe posvećene vjerskim zajednicama, bogovima, svecima ili moralnim vođama te tako svakodnevno pratiti novosti vezane uz njih, pregledavati objavljene fotografije, dijeliti sadržaje tih grupa sa svojim kontaktima i sl.

U članku „*On-line religion*<sup>6</sup>: new context for religious practice“ iz 1999. godine, Paul Soukup se bavi pitanjem korištenja Interneta u religijske svrhe. Bez provođenja empirijskog istraživanja, ali na temelju onoga što je poznato o drugim načinima religijskog komuniciranja, on nudi sljedeću kategorizaciju razloga korištenja Interneta u religijske svrhe: „Prvo, ljudi smatraju *online religiju* dobrim sredstvom za lociranje crkava, crkvenih organizacija i dokumenata. Drugo, služi u edukacijske svrhe: ljudi mogu učiti iz njihovih sadržaja. Treće, neki religijski materijali na Internetu pružaju visoko tehnološki ekvivalent spiritualnom čitanju koje njeguje i podiže duh(ovnost) na suvremen i interaktivan način. Četvrto, *online religija* može udomiti neki oblik zajednice – barem virtualne – istomišljenika. Dapače, brojne stranice potiču zajedništvo kroz pričaonice i forume. I peto, korisnici od takvih stranica dobivaju potvrdu svojih vjerovanja, crkve, organizacije, škole, pastora i sl. kad ih vide na Internetu“ (Soukup, 1999:8-9).

Autorov zaključak pokazao se jako bliskim onome što pokazuju rezultati kasnije provedenih empirijskih istraživanja. Članak je napisan 1999. godine i od njegovog pisanja do danas provedeno je nekoliko istraživanja koja su se bavila istim pitanjima. Ranije spomenuto istraživanje PIP-a (2001.), rezultiralo je i kategorizacijom razloga korištenja religijskog sadržaja online, odnosno različitih ciljeva čijem ostvarenju teže korisnici prilikom korištenja ovakvih sadržaja. Prvi cilj odnosi se na informiranje i učenje, odnosno traženje informacija o svojoj ili nekoj drugoj vjeri, traženje propovijedi

---

<sup>6</sup> Terminom *online religija* autor označava sve oblike religijskog sadržaja na Internetu.

ili instrukcija i slično. Sljedeća kategorija odnosi se na društvene aktivnosti te obuhvaća sudjelovanje u online pričaonicama, dopisivanje, upoznavanje drugih članova zajednice, korištenje vjerski orijentiranih servisa za spajanje parova, preporuke web stranica prijateljima, rođacima, poznanicima. Nadalje, na ovakvim stranicama korisnici često traže, ali i pružaju, savjete i potporu ostalim članovima, šalju zahtjeve za molitvama i odgovaraju na iste. U izvješću ovog istraživanja savjeti i potpora čine posebnu kategoriju, no čini se da ona nije u potpunosti odvojiva od prethodne kategorije društvenih aktivnosti jer i pružanjem savjeta i odgovaranjem na zahtjeve za molitve korisnici uspostavljaju odnose s drugim članovima zajednice. Slijedi kategorija naziva *vrijednost listservera* koja se odnosi na korištenje mogućnosti predbilježivanja na popis adresa elektronske pošte na koje se svakodnevno šalju različiti religijski sadržaji. To mogu biti molitve, dnevne mudrosti, novosti vezane uz zajednicu i slično. Posljednje dvije kategorije odnose se na online kupovinu (glazba, knjige, video sadržaj, različiti predmeti) te na mogućnost doniranja novca zajednici putem Interneta (Larsen, 2001). U kasnijem istraživanju PIP-a (2004.), autori zaključuju da se ovaj popis najčešćih razloga upotrebe Interneta u religijske svrhe može sažeti u tri kategorije. Prva kategorija odnosi se na one online aktivnosti koje su povezane s osobnim spiritualnim ili religijskim razlozima, a uključuje zahtjeve za molitvama, preuzimanje ili slušanje glazbe, slanje čestitki i razglednica vezanih uz vjeru te korištenje elektronske pošte u religijske ili spiritualne svrhe. Druga kategorija odnosi se na online aktivnosti vezane uz tradicionalnu institucionalnu religiju. Ovo uključuje traženje ideja za obilježavanje blagdana, traženje mjesta okupljanja vjernika, doniranje sredstava religijskim organizacijama te korištenje elektronske pošte za planiranje crkvenih okupljanja. Treća kategorija odnosi se na traženje vijesti online (Hoover, Schofield Clark i Rainie, 2004).

Nešto drugačiju i opširniju kategorizaciju načina korištenja religijskog sadržaja nudi Campbell koja se ovim pitanjem bavi u radu „*Religion and the Internet*“ (2006.). Referirajući se na nekoliko prethodno provedenih istraživanja, autorica kategorizira najčešće religijske online aktivnosti i to na sljedeći način: (1) prikupljanje religijskih informacija online, (2) bogoštovlje (slavljenje) u *cyber-crkvama*, (3) online bogoštovlja/rituali (poput e-molitve i virtualnih hodočašća), (4) online misionarske aktivnosti i (5) religijske online zajednice. Ukratko ćemo opisati svaku od ovih kategorija.

Prva kategorija odnosi se na prikupljanje religijskih informacija online što je jedna od najčešćih religijski orijentiranih aktivnosti online. Najčešće se odnosi na slušanje arhiviranih religijskih predavanja i bogoslužja, čitanje svetih tekstova, predavanja, svjedočanstava te kupovanje religijskih proizvoda i literature online. Autorica u ovu kategoriju smješta i traženje ili pružanje spiritualnih savjeta te slanje i odgovaranje na zahtjeve za molitvom.

Druga kategorija odnosi se na različite oblike bogoštovlja i rituala koji se odvijaju online. Jedan primjer je pojava *cyber-crkava* i *cyber-hramova*, odnosno online prostora u kojima elektronički povezana grupa nastoji reproducirati neke aspekte konvencionalnog crkvenog ili hramskog života. Uglavnom su u obliku web stranica dizajniranih koristeći jezik i slike tradicionalnih zgrada kako bi pružile posjetitelju okvir za snalaženje, ali uvelike se razlikuju od tisuća crkava i hramova iz stvarnog života predstavljenih online preko web stranica. *Cyber-crkve* i *cyber-hramovi* pružaju online resurse za religiozno štovanje, primjerice šaljući elektronsku poštu s dnevnim religijskim štivom ili održavajući arhive snimaka pravih audio ili video propovijedi. Postoje, međutim i web stranice koje nemaju obilježja *cyber-crkava* ili *cyber-hramova*, ali pružaju mogućnosti za obavljanje nekih rituala. Uobičajeni rituali uključuju *cyber-hodočašća* te online molitve.

Internet mijenja načine na koje ljudi šire svoja vjerovanja ili preuzimaju nova. S obzirom na to, sljedeća kategorija odnosi se na misionarske aktivnosti i primanje novih članova u zajednicu putem Interneta. Korištenje Interneta za privlačenje novih članova može imati različite oblike, primjerice može se odnositi na informiranje ljudi o religiji i zajednici od strane grupe ili može biti individualno kad pojedini vjernici posjećuju forume ili pričaonice s ciljem prezentiranja svoje religije. Mnoge kršćanske organizacije opisuju Internet kao potencijalni prostor za misije, a svakodnevno se pojavljuju novi, kreativni načini za ostvarenje misionarskih aktivnosti online. U nekim slučajevima religijske organizacije promoviraju i ohrabruju ove aktivnosti nudeći različite materijale, dok nekad pojedinci sami preuzimaju ovaj zadatak.

Četvrta kategorija nazvana je online religijskom zajednicom. Autorica tim nazivom opisuje grupe koje, uz pomoć računalne tehnologije, omogućuju interakciju među vjernicima koji su geografski razdvojeni, ali dijele neka zajednička uvjerenja.

Članovi biraju zajednicu kojoj se žele pridružiti temeljeno na tipu iskustva kakvo žele doživjeti, a snaga njihove veze temelji se na afinitetu pojedinca prema grupi ili temi. Neke su online zajednice kreirane namjerno od strane neke crkve ili denominacije. U drugim slučajevima pojedinci grade iz temelja nove zajednice. Ove zajednice obično nastanu kad pojedinci, sudjelovanjem u grupnim razgovorima o nekoj specifičnoj temi, naiđu na istomišljenike. Online religijske zajednice okupljene su oko pitanja vjere, od temeljne teme misticizma ili spiritualnih disciplina do specifičnog fokusa na vjerovanja poput dara proroštva ili religijske afilijacije (Campbell, 2006).

Bez obzira u kojem se od ranije navednih oblika pojavljuje, religijski sadržaj na Internetu zadovoljava različite religijske ili duhovne potrebe pojedinaca bilo kao zamjena ili nadopuna offline sadržajima ili na način specifičan za Internet. Ipak, religija se na Internetu suočava s raznim poteškoćama, problemima ili nedostacima koji mogu spriječiti ili ograničiti uspješnost ispunjavanja potreba vjernika, o čemu ćemo govoriti u sljedećem poglavlju.

## 2.6. OGRANIČENJA, NEDOSTACI I PROBLEMI PRI KORIŠTENJU INTERNETA U RELIGIJSKE SVRHE

Usprkos brojnim mogućnostima koje Internet pruža korisnicima, postoje i nedostaci, ograničenja i problemi s kojima se korisnici suočavaju prilikom njegova korištenja. Pojedini nedostaci, ograničenja i problemi vezani su uz sam Internet, dok se neki odnose isključivo na njegovu religijsku upotrebu. Ranije smo već spomenuli neke od njih, a ovdje ćemo im posvetiti nešto više pažnje.

U knjizi „*Cyberhenge. Modern Pagans on the Internet*“ (2005.), Cowan upozorava na dvije skupine problema. Prvi se odnose na neke osnovne činjenice stvarnog svijeta koje ograničavaju razvoj religije na Internetu, a drugi na probleme koji se mogu pojaviti prilikom prakticiranja poganskih (ali i drugih) obreda online.

Jedna od činjenica koja ograničava razvoj religije na Internetu je činjenica postojanja takozvane digitalne podjele. Kako kaže Castells „uobičajeno značenje digitalne podjele odnosi se na nejednakost pristupa Internetu. Sam pristup ne rješava problem, ali je preduvjet za nadilaženje nejednakosti u društvu čije se dominantne funkcije i društvene skupine sve više organiziraju oko Interneta“ (Castells, 2003:272). Drugo, tijekom povijesti, svjetske su religije često bile čimbenik društvene destabilizacije pa nije jasno zašto bi njihovo prisustvo na Internetu doprinijelo drugačijim odnosima. Naime, na Internetu postoje brojne stranice religijskog sadržaja (i drugih sadržaja) koje zagovaraju mržnju. I treće, istraživanja o korištenju Interneta u SAD-u pokazuju kako tek 4% od onih koji imaju pristup Internetu traže religijske i/ili duhovne informacije, a i to se najčešće odnosi na slanje i primanje elektroničke pošte (Nikodem, 2005).

Drugi tip problema odnosi se na tehnološke, psihološke i fizičke probleme. Tehnološki problem odnosi se na činjenicu da su online veze krhke i ovisne o nizu tehnoloških čimbenika, od servera do kompatibilnosti software-a. Veza može biti prekinuta, a time i religijski obred može biti narušen. Nadalje, mogući su nepozvani posjetitelji u pričaonicama, što također može narušiti obred ili ga prekinuti. Psihološki problem odnosi se na virtualne uvjete u kojima se online religijski obred odvija, gdje se svi odnosi i interakcije moraju zamišljati. Potrebno je održavati složenu vizualizaciju

obrednih radnji *u glavi* tijekom cijelog obreda, što nije nimalo jednostavno. Osim toga, postoji bitna razlika između govora i pisanja tipkovnicom na zaslon računala, što dodatno komplicira složenost obreda. Fizički problemi uglavnom se odnose na spomenutu razliku između neposrednog i zamišljenog iskustva (Nikodem, 2005).

Usprkos velikom potencijalu Interneta za kreativnost, inovativnost i interaktivnost, neka istraživanja pokazuju da se mogućnosti Interneta ne iskorištavaju u potpunosti i njegov potencijal biva gurnut u okvire starih medija. Na ovaj problem upozorava Lorne Dawson u radu „*The mediation of religious experience in cyberspace*“ (2005.) objavljenom kao poglavlje knjige „*Religion and Cyberspace*“. Autor na temelju proučavanja sadržaja 20 religijski orijentiranih stranica, iznosi pet zaključaka poraznih za potencijal Interneta.

Prvo, zaključuje da se pejisaž virtualne religije nije mnogo promijenio od 1998. godine do vremena pisanja ovog rada. Iako postoji veća količina religijskog sadržaja online, došlo je do nekog oblika standardizacije koja je minimalizirala interaktivnost. Web stranice mnogih religijskih grupa postale su profesionalne i počele sve više sličiti brošurama, časopisima ili pak popularnim enciklopedijama. Potencijal novog medija gurnut je u poznati oblik starih medija. Interaktivnost je reducirana na slanje elektronske pošte, objavljivanje zahtjeva za molitvom, primanje savjeta i ulaženja u pričaonice gdje rasprava često nije ni inspirirajuća ni informirana ili koherentna. Ono što nedostaje stalna je interakcija članova zajednice. U radu „*Cyberspace and Religious Life: Conceptualizing the Concerns and Consequences*“ iz 2001. godine, ovaj problem naziva jednodimenzionalnošću Interneta naglašavajući upravo njegovo guranje u okvire starih medija, ponajviše televizije, te nemogućnost pružanja iste razine iskustva i informacija putem računalno posredovanog razgovora i onog vođenog licem u lice sa sugovornikom (Dawson, 2001).

Drugo, mnoge stranice navodnih virtualnih religija koje preporučuju ili se referiraju na akademsku literaturu, popularni tisak, predavanja s Interneta ili na druge religijske stranice, u najboljem su slučaju samo metaforički virtualne. Ponekad na njima možemo pronaći *virtualni hram* što je često tek nešto više od objavljene slike nekog božanstva ili fotografije interijera neke građevine. Korisnik može prinijeti žrtvu slici na ekranu računala umjesto statui božanstva u svom domu ili uredu. Drugim riječima, ovi



virtualni hramovi su statični i malo se razlikuju od slika istrgnutih iz kalendara ili časopisa i obješenih na zid kućanstava diljem zemalja trećeg svijeta.

Treće, autor je u svom istraživanju naišao na malo ekstremno sofisticiranih, ekstenzivnih i multimedijalnih stranica koje su se pokazale veoma edukativnima po prirodi. Nažalost, ni takve stranice često nisu pogodne za aktivno prakticiranje religije.

Četvrto, mnoge od dvadeset stranica na koje se autor referirao nisu više u funkciji ili ne funkcioniraju potpuno ili pak nisu bile ažurirane neko vrijeme.

Na kraju, samo dvije neopoganske stranice na koje je autor naišao pružaju neki oblik virtualnog i interaktivnog religijskog iskustva. Osim što ove stranice nude pregled informacija i poveznice na druge neopoganske stranice, pružaju i detaljne instrukcije za izvođenje rituala te arhive prošlih rituala, uključujući one online (Dawson, 2005).

Osim već spomenute jednodimenzionalnosti Interneta, u radu iz 2001. godine pod nazivom „*Doing Religion in Cyberspace: The Promise and the Perils*“, Dawson navodi još neke nedostatke ili opasnosti Interneta koje se odnose na njegovu upotrebu u religijske svrhe. Prvo, na Internetu se često pojavljuju slučajno ili namjerno postavljene pogrešne informacije i potrebno je uložiti vrijeme i pažnju u njihovo provjeravanje. Ubrzana komercijalizacija mreže dovodi do zatrpavanja korisnika beskrajnim oglasima i poveznicama na komercijalne stranice maskirane u izvore pouzdanih informacija. Sljedeći problem je gubitak kontrole nad religijskim materijalima, budući da oni postaju ili dostupni svima ili nedovoljno dobro zaštićeni od pojedinaca koji ih preoblikuju, prilagođavaju ili pogrešno reprezentiraju za vlastite potrebe. Treći problem odnosi se na uspješnost stvaranja zajednica online. Autor ovdje zapravo vidi dva problema. Prvi se odnosi na pojavu online zajednica koje su po svojim karakteristikama tek imitacije onih iz offline svijeta, u smislu da one ne predstavljaju neki novi oblik zajednica slobodan od konvencionalnih ograničenja društvenih distinkcija poput klase, rase i roda. Drugi problem vezan uz zajednice jest pitanje može li se online zajednica uopće nazvati zajednicom, s obzirom na ograničenja u interakciji koja je nužna za stvaranje pravog osjećaja zajednice. Posljednji problem koji navodi odnosi se na zamagljivanje granica stvarnosti do kojeg dolazi uslijed inkorporiranja novih tehnologija u svakodnevni život pojedinca. Procvatom masovnih medija, časopisa, knjiga, filma, radija, televizije, video igara i tehnologije virtualne stvarnosti, postajemo iskusni u ulaženju i izlaženju iz

različitih okvira stvarnosti – kretanju između zamišljenih i pravih svjetova. Razlika između njih postaje sve nejasnija kako se elementi ovih svjetova prožimaju, iskustva i emotivna stanja prelaze iz virtualnih u stvarne svjetove, a stvarne potrebe i želje integriraju se u virtualne svjetove (Dawson, 2001).

### **3. RELIGIJSKA SLIKA HRVATSKE**

#### **3.1. SOCIOKULTURNI I POVIJESNI KONTEKST ULOGE RELIGIJE U HRVATSKOM DRUŠTVU**

Trenutna uloga religije, a posebno Katoličke Crkve, u hrvatskom društvu obilježena je nizom povijesnih i društveno-kulturoloških činjenica. Kako bismo razumjeli trenutnu religijsku sliku Hrvatske, ukratko ćemo naznačiti ove činjenice, odnosno sociokulturni i povijesni kontekst društva u kojemu ona nastaje.

Prije svega, važno je istaknuti specifičan geopolitički položaj Hrvatske koji je utjecao na religioznost njenih građana. Na ovom prostoru su se tijekom povijesti susretale četiri glavne religijske kulture: katolicizam, pravoslavlje, islam i protestantizam. Religija je u takvim okolnostima imala važan utjecaj na izgradnju nacionalnog i društvenog identiteta, kako u starijoj, tako i u novijoj povijesti hrvatskog društva (Nikodem, 2004, Goldberger, 2011). Kako ističu Črpić i Zrinščak (2003.), s jedne strane je konfesionalna pripadnost bila važna odrednica nacionalne pripadnosti na području na kojem su sličnim jezicima govorili Hrvati, Srbi i Bošnjaci. „Na istočnim hrvatskim granicama, Pravoslavna crkva preuzima ulogu jedinog društvenog čimbenika tijekom niza stoljeća, još od podjele Rimskog Carstva na Istočno i Zapadno 476. godine, a posebice nakon velikog kršćanskog raskola 1054. godine. Također, s otomanskim osvajanjima dolazi i do snažnog prodora islamske kulture i religije. Proces nacionalne afirmacije, a dijelom i proces sekularizacije kulturnog naslijeđa, doveli su do toga da je u 19. i 20. stoljeću, zbog sličnosti jezika, konfesionalna identifikacija predstavljala glavni oslonac posebne nacionalne identifikacije Srba, Hrvata i Muslimana“ (Črpić i Zrinščak, 2005:49). S druge strane, na područjima koja graniče sa zapadnim zemljama koje su uglavnom katoličke, različitost jezika pokazala se važnijom odrednicom nacionalne pripadnosti. Međutim, „Hrvatska je imala periferijsku poziciju u odnosu na bitne društvene procese koji su se zbivali na europskom kontinentu. Ponovno je niz povijesnih razloga oblikovao takvu poziciju, prije svega činjenica stoljetne podjele hrvatskog teritorija koji se nalazio pod vlašću različitih i udaljenih vladara. Zbog toga su, a osobito zbog dugotrajne usredotočenosti na tursko osvajanje te usredotočenosti na zadržavanje barem nekih oblika posebne hrvatske državne samostalnosti, mogućnosti razvoja i participacije unutar glavnih modernizacijskih procesa na kontinentu bile vrlo limitirane. To je još jedan razlog koji govori da uloga

religije i Crkve u periferijskim društvima (kao što je nesumnjivo i hrvatsko) ima neka sasvim specifična obilježja (preuzimanje dijela državnih poslova, artikulacija nacionalnih interesa i sl.)“ (Črpić i Zrinščak, 2005:50).

Ovdje je samo ukratko naznačen povijesni okvir unutar kojeg se oblikuje iskustvo društvene uloge Katoličke crkve 20. stoljeća, obilježeno iskustvom (takozvane prve) Jugoslavije nakon Prvog svjetskog rata, odnosno (takozvane druge) Jugoslavije nakon Drugog svjetskog rata.

Črpić i Zrinščak (2003.) navode da se povijest odnosa religije i komunizma u slučaju Hrvatske može ugrubo podijeliti u dva razdoblja. Prvo razdoblje, od završetka Drugog svjetskog rata pa otprilike do sredine 1960-ih godina, obilježeno je snažnom konfrontacijom komunističkog i katoličkog svjetonazora, a poseban su ton tom razdoblju dali suđenje i utamničenje zagrebačkog nadbiskupa Alojzija Stepinca 1946. godine te prekidanje diplomatskih odnosa sa Svetom Stolicom 1952. godine. Drugo razdoblje traje od potpisivanja Protokola između Svete Stolice i tadašnje jugoslavenske vlade 1966. godine do političkih promjena, točnije do prvih demokratskih izbora u Hrvatskoj 1990. godine. Šezdesete godine prošlog stoljeća donose stanovito zatopljenje odnosa, što je osobito označeno uspostavom diplomatskih odnosa Jugoslavije i Svete Stolice, nešto većim mogućnostima djelovanja Crkve u javnosti, ali i novom takozvanom istočnom politikom Vatikana, vezanom djelomice uz promjene inaugurirane Drugim Vatikanskim saborom (1962-65.). U tadašnjoj Jugoslaviji Katolička crkva je iskorištavala mogućnosti djelovanja koje nisu postojale u nizu drugih zemalja (na primjer, prilično razgranate izdavačke ili službeno nelegalne, ali tolerirane karitativne djelatnosti). Ipak, usprkos većoj slobodi, osobito u 80-ima na zalazu komunističkog režima, okvir neprijateljskog službenog stava prema religiji nikad nije bio prevladan (Črpić i Zrinščak, 2005:50-51).

Možemo reći da je u razdoblju komunizma, kojeg karakterizira takozvana prisilna ili devijantna modernizacija, Crkva marginalizirana, ali ipak snažno društveno ukorijenjena institucija vezana prvenstveno uz tradicionalni svijet. Osim toga, na području Jugoslavije koegzistiraju tri religijske kulture i religija ima ulogu očuvanja nacionalnog identiteta svakog od naroda Jugoslavije. U Hrvatskoj je tu ulogu imala Katolička crkva, koja je kao jedina institucija izvan komunističkog sustava, ali pod

njegovom direktnom kontrolom, predstavljala jedinu i dosljednu alternativu komunističkom režimu (Črpić i Zrinščak, 2005:51).

Početkom devedesetih godina prošlog stoljeća, s raspadom Jugoslavije dolazi razdoblje tranzicije koje sa sobom nosi značajne društvene, a time i religijske promjene. U najširem određenju pojma tranzicije, njime karakteriziramo razdoblje promjena od autoritarnog do demokratskog sustava, u kojem se paralelno odvijaju procesi liberalizacije i demokratizacije koji omogućuju dosezanje zapadnog modela društva slobodnog tržišta i demokracije (Goldberger, 2011:29, prema Cifrić, 1996, 1998). U kontekstu tranzicijskih promjena „načelno je prihvaćeno da demokratski društveni poredak podrazumijeva politički pluralizam, vladavinu prava, toleranciju, poštivanje ljudskih i manjinskih prava, slobodu medija i slično, dok novi ekonomski sustav zahtijeva nepovredivost privatnog vlasništva te razvoj poduzetništva i tržišno orijentiranog gospodarstva“ (Goldberger 2011:29 prema Ilišin, Radin 2007). U slučaju Hrvatske, konkretne promjene koje su se dogodile u ratnom i poratnom razdoblju, devedesetih godina 20. stoljeća, odnose se na stvaranje samostalne nacionalne i demokratske države, liberalizaciju tržišta i privatizaciju društvenog vlasništva, pluralizaciju društva, ulazak Hrvatske u NATO te, početkom 21.stoljeća, pristupanje ugovorima o ulasku u EU, ali i sve veću društvenu nejednakost građana. U tom kontekstu, posebno su prisutni problemi demokratizacije države i poštivanja ljudskih prava, liberalizacije tržišta i netransparentne pretvorbe, liberalizacije i rezidualizacije sustava socijalne sigurnosti, te porasta socijalne nesigurnosti, nezaposlenosti, ekonomske recesije i korupcije. Naglašen je krizni društveno-politički kontekst i prisutan je nesrazmjer između proklamiranih ciljeva društvenih promjena i stvarnog ostvarenja tih ciljeva, odnosno provedbe mehanizama koji bi ih ostvarili (Goldberger, 2011).

„U sklopu ovih sociokulturnih promjena značajno mjesto zauzimaju i religijske promjene. Glavni okvir tih promjena činili su otvaranje vodećih društvenih struktura i društva prema religiji i Crkvi u tranzicijsko-transformacijskim uvjetima, nova institucionalna rješenja odnosa države i Crkve, djelovanje crkava u predratnom, ratnom i poratnom razdoblju, te prateća nacionalna i religijska homogenizacija“ (Marinović Jerolimov, 2005:289). Dolazi, dakle, do promjene položaja i uloge religije i vjerskih zajednica u društvu, do promjene odnosa države i vjerskih zajednica, do povezanosti

religije i politike te do pojave novih religijskih pokreta. „Novonastala religijsko-društvena situacija u kojoj religija i na osobnoj i na društvenoj razini dobiva novo značenje i novu, dotad izgublenu, zaboravljenu ili zatomljenu ulogu, najjasnije su opisivani terminom revitalizacije religije. Osim revitalizacije, koja je u Hrvatskoj manifestirana kao ponovno okupljanje oko eklezijalnih institucija, prisutni su i procesi retradicionalizacije, retotalizacije te proces koji ide od privatizacije religije, sekularizacije društva, višekonfesionalnosti i vidljive sekularizacije prema deprivatizaciji religije, desekularizaciji društva, konfesionalnoj homogenizaciji i nevidljivoj sekularizaciji“ (Goldberger, 2011:32).

„Dosadašnji rezultati teoretskih i empirijskih analiza suodnosa društva, kulture i religije u Hrvatskoj pokazuju da se nakon 1990. godine društveno-politički poredak s uglavnom negativnim odnosom prema religiji pretvorio u jedan sustav s izrazito pozitivnim odnosom prema religiji. To se posebno odnosi na dominantnu religiju, odnosno katoličanstvo. Novi društveni položaj Katoličke Crkve zakonski je reguliran međudržavnim ugovorima između Hrvatske i Svete stolice koji su potpisani 1996. i 1998. godine. Ovakvo zakonsko reguliranje odnosa između države i vjerske zajednice bitno utječe na društveni položaj ne samo katoličke vjerske zajednice već i ostalih vjerskih zajednica u Hrvatskoj“ (Nikodem, 2005:263, prema Zrinščak i Črpić 2004).

Porast ukupnog društvenog značaja religije (i Katoličke Crkve) pratio je i izuzetan porast religioznosti hrvatskih građana. Prema svim dostupnim podacima iz različitih istraživanja provedenih tijekom 90-ih godina u Hrvatskoj, a imajući na umu i nalaze iz razdoblja prije 1990. godine, religiozno izjašnjavanje građana povećalo se za oko 30%. To Hrvatsku smješta u sam vrh religioznih postsocijalističkih europskih zemalja (Marinović Jerolimov, 2005:290). O tome ćemo reći nešto više u sljedećem poglavlju.

### 3.2. RELIGIJSKA SLIKA HRVATSKE

Kakav su utjecaj ranije spomenute promjene imale na religijsku sliku hrvatskog društva pokazuju podaci iz nekoliko popisa stanovništva (onih iz 1953., 1991., 2001. te 2011. godine) te rezultati istraživanja provedenih u posljednja dva desetljeća.<sup>7</sup> „Budući da se empirijska sociologija religije razvija tek krajem 60-ih i u 70-im godinama, nema mnogo istraživanja pomoću kojih bi bilo moguće rekonstruirati religijsku sliku cijelog prošlog stoljeća“ (Črpić i Zrinščak, 2005). Najraniji podaci na koje se možemo referirati su oni iz popisa stanovništva provedenog 1953. godine. Popisi stanovništva koji su uslijedili nisu sadržavali pitanje o religiji pa je sljedeći popis s čijim rezultatima možemo uspoređivati one iz 1953. godine, tek popis iz 1991. godine što stvara određene probleme prilikom rekonstrukcije religijske slike hrvatskog društva u proteklom stoljeću. „Nekoliko istraživanja provedeno je u međuvremenu (70-ih i 80-ih) no, iako znanstveno validna, ova istraživanja najčešće su bila parcijalna i nekontinuirana, tj. provodila su se samo na određenom teritoriju ili su se fokusirala samo na jedan problem“ (Črpić i Zrinščak, 2005). Već do sljedećeg popisa stanovništva 2001. godine te u prvom desetljeću ovog stoljeća provedeno je nekoliko, ranije navedenih, istraživanja čije ćemo rezultate tablično prikazati s ciljem dobivanja boljeg uvida u religijsku sliku Hrvatske.

U sljedećoj tablici prikazani su rezultati četiriju popisa stanovništva te istraživanja provedenih u međuvremenu.

---

<sup>7</sup> Radi se o sljedećim istraživanjima :

«Aufbruch» iz 1997. godine – vidjeti Aračić, P., Črpić, G., Nikodem, K. (2003) Postkomunistički horizonti, Obris sustava vrijednosti i religijskih orijentacija u deset postkomunističkih zemalja. Đakovo, Diacovensia ; «Vjera i moral u Hrvatskoj» iz 1997. godine – vidjeti sociologijsko istraživanje Vjera i moral u Hrvatskoj, Djelomično izvješće. Bogoslovska smotra LXVII Br. 4. Zagreb, 1998. 461-700 ; «European Value Study» iz 1999/2000. godine – vidjeti Europsko istraživanje vrednota – EVS 1999/2000 – Podatci za Republiku Hrvatsku, Djelomično izvješće. (2000) Bogoslovska smotra LXX, Br. 2. 173-503 ; «Praćenje siromaštva u Hrvatskoj» iz 2004. godine ; «Modernizacija i identitet hrvatskog društva» iz 2004. godine – vidjeti Nikodem, K. (2004) Religijski identitet u Hrvatskoj : Dimenzije religijskog identiteta i socio-ekološke orijentacije. Socijalna ekologija, Vol 13 (2004) Br. 2-4. 257-285 ; «European Value Study» iz 2008. godine – vidjeti Črpić, G., Zrinščak, S. (2010) Dinamičnost u stabilnosti : religioznost u Hrvatskoj 1999. i 2008. godine. Društvena istraživanja God 19 (2010) Br. 1-2. 3-27. «Modernizacija i identitet hrvatskog društva : sociokulturne integracije i razvoj» iz 2010. Godine – vidjeti Nikodem, K. (2011) Religija i crkva : Pitanja institucionalne religioznosti u suvremenom hrvatskom društvu. Socijalna ekologija, Vol 20. (2011), Br. 1. 5-30

Tablica 1. Rezultati popisa stanovništva i nekih istraživanja religijske tematike

istraživanje	vjeroispovijest					
	katolici	pravoslavci	muslimani	ostale kršćanske zajednice	ostale i neizjašnjeni	nisu pripadnici niti jedne vjeroispovijesti
1953. Popis stanovništva	73,9	11,26				12,56
1991. Popis stanovništva	76,6	11,2	1,15	0,38	4,7	3,9
1997. Aufbruch <sup>1</sup>	82,8	0,9	0,5			
1997. Vjera i moral	89,7	2,9	1,1			
1999./2000. EVS	84,5	0,1		1,8	13,6	
2001. popis stanovništva	87,8	4,4	1,3	0,6	0,7	5,2
2004. Praćenje siromaštva	89,5	2,8	1,4	0,2	5,7	
2004. Modernizacija i identitet	90,6	2,2	1,1		5,7	
2008. EVS	80,6	3,0	0,2	0,3		15,7
2010. Modernizacija i identitet	87,8	6,0	0,4	0,2		4,8
2011. Popis stanovništva	86,3	4,4	1,5	0,6	2,6	4,6

<sup>1</sup> 15,1% ispitanika odabralo je odgovor: „*To pitanje se ne bi smjelo postavljati.*“

Iako su u istraživanjima primjenjivani različiti instrumenti pa je usporedba samo uvjetna, ipak se na temelju naznačenih rezultata provedenih istraživanja može zaključivati o religijskoj situaciji u Hrvatskoj. Črpić i Zrinščak (2010.) na temelju istraživanja religioznosti Hrvatskog stanovništva od 1997. do 2009. godine<sup>8</sup> zaključuju da se konfesionalna identifikacija građana Hrvatske kreće oko 90%±6% konfesionalno opredijeljenih, odnosno 85%±5% katolika. Odstupanja se uglavnom mogu pripisati varijacijama uzoraka u istraživanjima (Črpić i Zrinščak, 2010). Usporedbom ovih rezultata s onima iz EVS istraživanja iz 1999. i 2008. godine zaključeno je da je „Hrvatska i dalje zemlja relativno visoke razine religioznosti, odnosno nižeg stupnja sekularizacije. Došlo je do određenih variranja u pogledu konfesionalne identifikacije i crkvenosti, no općenito je i dalje prisutna visoka religioznost uz visoku konfesionalnu

<sup>8</sup> Aufbruch (1997.), Vjera i moral u Hrvatskoj (1998.), Društvene i religijske promjene u Hrvatskoj (2004.), Church and religion in an enlarged Europe (2006.)



identifikaciju“ (Črpić i Zrinščak, 2010:21). Kao što vidimo, ovome u prilog idu i popisi stanovništva iz 2001. i 2011. godine te rezultati ostalih istraživanja navedenih u Tablici 1. u kojima se ne bilježe veća odstupanja od rezultata dobivenih ovim istraživanjima. Značajna razlika vidljiva je između popisa stanovništva provedenog 1991. godine i onog iz 2001. godine što je posljedica korjenitih društveno-političkih promjena kroz koje je hrvatsko društvo prolazilo u tom razdoblju, migracija uzrokovanih tim promjenama i ratom, te promjena u odnosu novog, demokratskog političkog sustava spram religije općenito. Dotadašnji društveno-politički poredak s uglavnom negativnim odnosom prema religiji nakon 1990. godine pretvara se u poredak s izrazito pozitivnim odnosom prema religiji, posebno prema dominantnom katoličanstvu. Tako popis iz 2001. godine pokazuje znatan porast konfesionalno opredijeljenih osoba, a posebno katolika. Zanimljivo je primijetiti suzdržanost u odnosu na konfesionalno izjašnjavanje koja se pokazala u nekim istraživanjima (Aufbruch, 1997, EVS 1999/2000). Baloban i Črpić (2000.) navode dva moguća razloga ove suzdržanosti. „Prvi se temelji na višedesetljetnoj tradiciji prema kojoj je pučanstvo zadnji put bilo pitano o vjerskoj pripadnosti u popisu stanovništva 1953. godine. Pitanje se stoga shvatilo odviše privatnim prema poznatoj maksimi „religija je privatna stvar“, te nije uputno ni mudro o tome se javno izjašnjavati. Drugi razlog moguće je tražiti u cjelokupnoj društveno-političkoj situaciji tadašnje Hrvatske u kojoj su se pojedinci, iz najrazličitijih motiva, sustezali navesti svoju konfesionalnu pripadnost“ (Baloban i Črpić, 2000:261).

Osim podataka o konfesionalnoj pripadnosti, ranije navedena istraživanja pružaju i podatke o religioznosti. Marinović Bobinac (2005.) ističe da su rezultati sociologijskih istraživanja u Hrvatskoj zadnjih godina pokazali značajan porast religioznosti u svim dotad istraživanim dimenzijama, pri čemu je dominantna tradicionalna, institucionalna religioznost. Prema Nikodemu (2011.), pod *institucionalnom religioznošću* podrazumijevamo: iskazivanje konfesionalne pripadnosti – u smislu pripadnosti određenoj religijskoj instituciji; religijsku samoidentifikaciju – u smislu iskazivanja *religioznosti u skladu s crkvenim učenjem*; osobno uvjerenje o postojanju Boga – u smislu uvjerenja o postojanju *osobnog Boga*; te institucionalnu religijsku praksu – u smislu pohađanja vjerskih obreda karakterističnih za konfesionalnu pripadnost ispitanika.

Marinović Bobinac (2005.) konceptu tradicionalne religioznosti, koja obuhvaća one elemente religioznosti usvojene u procesu primarne socijalizacije kao dijela obiteljske tradicije i tradicije i običaja sredine, suprotstavlja aktualnu religioznost. Ona obuhvaća one oblike i elemente religioznosti koje su ispitanici aktualizirali u životu kao usvojene elemente osobne religijske identifikacije i prakse. Indikatori aktualne religioznosti su usvajanje crkvenih i izvanckvenih (alternativnih) vjerovanja, učestalost sudjelovanja u religijskoj praksi na individualnoj razini (odlazak u crkvu, osobna molitva, ispovijed, pričest i odricanje u Korzimi) te učestalost sudjelovanja u religijskoj praksi na užoj grupnoj, obiteljskoj razini (vjenčanje u crkvi, krštenje djece, slanje djece na vjeronauk, posvećivanje doma, zajednička molitva u domu, post pred blagdane te slavljenje većih crkvenih blagdana).

Kako ističe Marinović Bobinac u radu *„Dimenzija religioznog iskustva u Hrvatskoj“* (2005.), dotadašnja istraživanja pokazala su da je dominantan tip religioznosti i dalje tradicionalna, crkveno orijentirana, kolektivistička religioznost (što su pokazali i rezultati iz 70-ih i 80-ih godina), koja je čvrsto vezana uz naciju i obitelj, te s visokim stupnjem konfesionalne identifikacije koja je posredovana primarnom socijalizacijom. Ovaj tip religioznosti karakteriziraju prepoznatljivi elementi: slijed sakramenata od krštenja do posljednjeg pomazanja, pohađanje vjeronauka, obiteljskog vjerskog odgoja i barem prigodnog odlaženja u crkvu. Pokazatelji tradicionalne religioznosti značajno su porasli: porastao je broj krštenja, prve pričesti, krizme (djece i odraslih), vjenčanja u crkvi, pohađanja vjeronauka (Črpić i Kušar, 1998; Marinović Jerolimov 2000). U povezanosti s tim porastao je i broj vjernika koji idu na hodočašća. U prilog tezi o tradicionalnom tipu religioznosti ide i činjenica da biblijske istine vjernicima dominantno prenosi posrednik te da malen broj vjernika samostalno poseže za Biblijom (Marinović Bobinac, 2005). Taj je nalaz u suglasnosti s tezom prisutnoj u katoličkoj teološkoj literaturi (Šagi-Bunić, 1981; Šimunović, 1996). o naglašenju neinformiranosti katoličkih vjernika i nepoznavanju sadržaja vlastite vjere. Dakle, prevladavajuća tradicionalna religioznost većinom se živi u naslijeđenim oblicima, više kao simbol povijesne provenijencije i kao znak društvene i kulturne pripadnosti (Marinović Bobinac, 2005).

Zaključak istraživanja *„Modernizacija i identitet hrvatskog društva: sociokulturne integracije i razvoj“* provedenog 2010. godine te usporedbe tada

dobivenih rezultata s onima iz prethodnih, ranije navedenih istraživanja, jest taj da u suvremenom hrvatskom društvu i dalje prevladava tradicionalna, institucionalna religioznost (Nikodem, 2011). Konkretno, rezultati ovog istraživanja pokazuju da se više od 90% građana hrvatskog društva konfesionalno izjašnjava, nešto manje (88,8%) ih se smatra religioznima, više od 80% vjeruje u postojanje *Boga ili nekog višeg bića*, a nešto više od trećine građana pohađa vjerske obrede najmanje jednom mjesečno ili češće. Usporedbe s rezultatima drugih istraživanja na osnovnim pokazateljima institucionalne religioznosti pokazuju relativnu stabilnost konfesionalne pripadnosti u posljednjih petnaestak godina. U istom razdoblju primjetan je porast onih koji se smatraju *religioznima u skladu s crkvenim učenjem* (s 31,2% 1997. godine na 47,2% 2010. godine), te smanjivanje broja onih koji se smatraju „religioznima na svoj način“ (s 53,3% 1997. godine na 41,6% 2010. godine). Također je primjetan porast vjerovanja u postojanje *osobnog Boga* (s 39,9% 1999. godine na 48,2% 2010. godine), te pad vjerovanja u postojanje *neke vrste duha ili životne sile* u istom razdoblju (s 45,0% na 35,7%). Razina institucionalne religijske prakse, od 1997. do 2010. godine, je relativno stabilna. U prosjeku oko 25% građana tjedno pohađa vjerske obrede. Nužno je ipak upozoriti da je ova usporedba uvjetna, jer iako su uspoređivani rezultati na istim instrumentima (pitanjima), isti su dobiveni provedbom različitih istraživanja, na različitim veličinama uzorka te različitim načinima uzorkovanja (Nikodem, 2011).

Na temelju rezultata i zaključaka dosadašnjih istraživanja religioznosti u Hrvatskoj, dolazimo do već naznačenih zaključaka o dominantnoj i relativno stabilnoj tradicionalnoj, institucionalnoj religioznosti, s najvećim postotkom vjernika rimokatoličke vjeroispovijesti. Ipak, iako u malom postotku, u Hrvatskoj se javlja niz novih, kršćanskih i nekršćanskih, religijskih pokreta te vjerskih zajednica nekarakterističnih za ove prostore. U sljedećem poglavlju govorit ćemo o vjerskim zajednicama te time upotpuniti religijsku sliku hrvatskog društva.

### 3.3. VJERSKE ZAJEDNICE U HRVATSKOJ

„Hrvatska religijska pozornica vrlo je šarolika i raznolika: pršti od različitih duhovnih traženja i težnji za zadovoljenjem potrebe za svetim“ (Marinović Bobinac, 1995:853). Socio-kulturno-povijesni kontekst Hrvatske svjedoči o dominantnoj rasprostranjenosti katoličke vjeroispovijesti te prisutnosti pravoslavne i islamske u nešto značajnijem postotku. Međutim, osim povijesnih Crkava, ovdje žive mnoge male zajednice kršćanske, ali i istočnjačke provenijencije (Marinović Bobinac, 1995). „Osamostaljenjem Republike Hrvatske javila se potreba reguliranja odnosa između države i vjerskih zajednica. Država je te odnose najprije regulirala s većinskom Katoličkom crkvom“ (Jambrek, 2008:367). Novi društveni položaj Katoličke crkve zakonski je reguliran međudržavnim ugovorima između Hrvatske i Svete Stolica potpisanim 1996. i 1998. godine. Črpić i Zrinščak ističu da „zakonsko reguliranje odnosa između države i vjerske zajednice bitno utječe na društveni položaj, ne samo katoličke vjerske zajednice, već i ostalih vjerskih zajednica u Hrvatskoj“ (Nikodem, 2004:263, prema Črpić i Zrinščak, 2004). „Nekoliko godina nakon potpisivanja ugovora između države i Svete Stolica, Republika Hrvatska *Zakonom o pravnom položaju vjerskih zajednica* (NN, 83/2002) određuje pravni okvir za reguliranje odnosa s ostalim vjerskim zajednicama. Ugovorima o pitanjima od zajedničkog interesa između Vlade i pojedinih skupina vjerskih zajednica regulirani su specifični odnosi između države i spomenutih vjerskih zajednica“ (Jambrek, 2008:367).

Prema spomenutom zakonu „Crkva ili vjerska zajednica drukčijeg naziva jest zajednica fizičkih osoba koje ostvaruju slobodu vjeroispovijesti jednakim javnim obavljanjem vjerskih obreda i drugim očitovanjima svoje vjere upisana u *Evidenciju vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj*. Vjerske zajednice samostalno i slobodno određuju unutarnju organizaciju; tijela upravljanja, njihovu hijerarhiju i nadležnosti; tijela i osobe koje predstavljaju vjersku zajednicu i njene organizacijske oblike; sadržaj i način očitovanja vjere; održavanje veza sa svojom središnjicom i drugim vjerskim zajednicama; udruživanje s drugim vjerskim zajednicama; i druga pitanja svoga djelovanja u skladu s Ustavom Republike Hrvatske“ (Zakon o pravnom položaju

vjerskih zajednica, 2002). U *Evidenciju vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj* do danas su upisane 52 vjerske zajednice<sup>9</sup>.

Klasifikacija ili tipologija vjerskih zajednica u Hrvatskoj, kao i u bilo kojoj drugoj zemlji, zasniva se na konkretnom povijesnom i suvremenom društvenom kontekstu. Prema Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov (2008.), sociokulturni kontekst hrvatskog društva u kojem je više od 90% kršćana, osnovni je kriterij podjele vjerskih zajednica u Hrvatskoj na kršćanske i nekršćanske. Drugi kriterij podjele odnosi se na prisutnost vjerske zajednice na prostoru Hrvatske pa se po njemu dijele na tradicionalno prisutne i novije vjerske zajednice. Vodeći se ovim kriterijima autorice tvore sljedeću klasifikaciju: kršćanske zajednice podijeljene su na tradicionalne kršćanske crkve (ukupno 4), kršćanske crkve proizašle iz izvorne protestantske tradicije (4), kršćanske crkve reformirane baštine (12) te ostale kršćanske crkve (11); nekršćanske zajednice podijeljene su u dvije podskupine: tradicionalne (3) i netradicionalne (6) (Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov, 2008). Međutim, ova klasifikacija odnosi se isključivo na vjerske zajednice koje su registrirane, odnosno upisane u evidenciju vjerskih zajednica. Potrebno je istaknuti da u Hrvatskoj djeluje još cijeli niz zajednica i duhovnih i religioznih pokreta koji nisu zadovoljili uvjete upisa u evidenciju što ujedno čini težim zadatak popisivanja svih zajednica. Goldberger (2011) spominje dvije klasifikacije duhovnih i religioznih pokreta. Prema prvoj, „oni su podijeljeni na pokrete za obnovu drevne mudrosti, (neo)magijsko (neo)poganske intencije, novu gnozu, guruističke pokrete i učenja, druga orijentalna učenja, iscjeliteljske alternative i duhovne grupe“ (Goldberger, 2011:60, prema Grakalić, 1994). Prema jednoj drugoj deskripciji, duhovni i religiozni pokreti dijele se na obnovljive pokrete Katoličke crkve i religiozne pokrete izvan Katoličke crkve (Goldberger 2011:60, prema Blažević, Nikić, Koprek, 2001).

---

<sup>9</sup> Katolička vjerska zajednica ne pojavljuje se u evidenciji dostupnoj na Internetu. Međutim, redni broj 1 nije dodijeljen ni jednoj upisanoj zajednici pa je pretpostavka da se Katolička zajednica podrazumijeva kao priznata i registrirana. Osim toga, Židovska vjerska zajednica u Hrvatskoj nije upisana kao jedna zajednica već je svaka Židovska općina upisana posebno. Takvih općina ima 11 pa ukoliko promatramo Židovsku vjersku zajednicu kao jednu dolazimo do konačnog broja od 43 vjerske zajednice. Srpska pravoslavna crkva nije upisana u evidenciju, iako se u svim radovima spominje kao tradicionalno prisutna zajednica u Hrvatskoj.

U ovom radu bavit ćemo se isključivo registriranim zajednicama, odnosno analizirat ćemo sadržaj njihovih službenih web stranica. S obzirom na prethodno navedene kriterije podjele, vjerske zajednice podijelit ćemo u sljedeće četiri kategorije: tradicionalno prisutne kršćanske zajednice, kršćanski novi religijski pokreti, tradicionalno prisutne nekršćanske zajednice te netradicionalne nekršćanske vjerske zajednice.

## KRŠĆANSKE ZAJEDNICE

### 1. TRADICIONALNO PRISUTNE KRŠĆANSKE ZAJEDNICE

Katolička crkva  
Srpska pravoslavna crkva  
Bugarska pravoslavna crkva  
Makedonska pravoslavna crkva  
Crnogorska pravoslavna crkva u Hrvatskoj  
Evangelička crkva u RH  
Reformirana kalvinska kršćanska crkva u Hrvatskoj

### 2. KRŠĆANSKI NOVI RELIGIJSKI POKRETI

Crkva Božja u RH  
Crkva cjelovitog evanđelja  
Crkva Isusa Krista Svetaca posljednjih dana  
Crkva Kristovih učenika  
Crkva radosne vijesti  
Evandeoska (pentekostna) crkva u RH  
Evandeoski kršćani  
Evangelička crkva Valdese  
Evangelička metodistička crkva u RH  
Hrvatska starokatolička crkva  
Jehovini svjedoci – kršćanska vjerska zajednica  
Kristova duhovna crkva "malokrštenih"  
Kristove crkve u Hrvatskoj (10 članica)  
Kršćanska adventistička crkva u Hrvatskoj  
Kršćanska nazarenska zajednica Hrvatske  
Kršćanska neopentekostalna crkva u RH  
Kršćanska proročka crkva  
Međunarodna ujedinjena pentekostna crkva u RH  
Neovisna baptistička crkva "Stablo života"  
Novoapostolska crkva u RH  
Protestantska reformirana kršćanska crkva u RH

Reformatska kršćanska crkva Mađara u Hrvatskoj  
Reformni pokret adventista sedmog dana  
Savez baptističkih crkava u RH (45 članica)  
Savez crkava "Riječ života" (15 članica)  
Savez Kristovih pentekostnih crkava u RH (8 članica)  
Slobodna katolička crkva  
Univerzalni život

## NEKRŠĆANSKE ZAJEDNICE

### 3. TRADICIONALNO PRISUTNE NEKRŠĆANSKE ZAJEDNICE

Islamska vjerska zajednica  
Koordinacija židovskih općina u RH (10 članica)  
Židovska vjerska zajednica Bet Israel

### 4. NETRADICIONALNE NEKRŠĆANSKE ZAJEDNICE

Baha'i zajednica Hrvatske  
Budistička vjerska zajednica Hrvatske  
Hinduistička vjerska zajednica Hrvatske  
Scijentološka crkva  
Vaišnavska vjerska zajednica u RH

#### 4. CILJEVI I SVRHA ISTRAŽIVANJA

Fenomen religije na Internetu zaokuplja pažnju znanstvenika diljem svijeta već nekoliko desetljeća. Na samim počecima istraživanja ovog fenomena autori su predlagali tijekom istraživanja potrebnih za razumijevanje cjelokupnog odnosa religije i Interneta i njihovih međusobnih utjecaja. Ono što se javlja kao prvi potrebn korak u ovim istraživanjima jest prikupljanje podataka o samom sadržaju religijske tematike na Internetu, odnosno utvrđivanje što se sve nalazi na Internetu, tko to postavlja, a tko koristi. Tek kad prikupimo i analiziramo te podatke, moguće je istražiti načine i učestalost korištenja ovih sadržaja, značenje i vrijednost tih sadržaja za pojedince koji ih koriste, utjecaje koje korištenje ovih sadržaja ima na vjerovanje i religijsku praksu korisnika i slično (Dawson, 2000, Campbell, 2006). Međutim, u Hrvatskoj još ne postoje istraživanja koja se bave ovim fenomenom. Stoga je svrha ovog rada poduzimanje upravo tog prvog koraka potrebnog za daljnja istraživanja. Istraživanjem ćemo pružiti uvid u jedan dio religijskog sadržaja na Internetu, onoga postavljenog od strane samih vjerskih zajednica s ciljem komunikacije sa svojim članovima, ali i širom okolinom.

Istraživanje koje ćemo provesti odnosi se na analizu sadržaja službenih web stranica registriranih vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj. Cilj ovog istraživanja je utvrditi koje se sve vrste sadržaja pojavljuju na web stranicama vjerskih zajednica, a potom ispitati i učestalost njihova pojavljivanja. Osim toga, namjera nam je ispitati i postoje li razlike u učestalosti objavljivanja različitih vrsta sadržaja između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica. S obzirom na razlikovanje *religije online* i *online religije*, treći cilj koji se javlja jest prepoznavanje i opisivanje elemenata i jednog i drugog oblika religije na Internetu na analiziranim web stranicama.



## 5. POLAZIŠTA I HIPOTEZE

### 5.1. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA

Prva istraživanja odnosa religije i Interneta javljaju se sredinom 90-ih godina prošlog stoljeća, kada pojava religije na Internetu počinje privlačiti pozornost istraživača, ali i religioznih pojedinaca. Istraživanje Interneta kao spiritualnog prostora razvilo se u različitim pravcima. Rane studije bave se generalnim fenomenom cyber-religije, religijske etike i virtualne realnosti, ulogom tehnologije u spajanju ljudi sa spiritualnim vjerovanjima, adaptacijom tradicionalne religijske prakse online te identifikacijom novih religijskih iskustava. Također se javlja i religijska kritika Interneta koja se kreće od stroge kritike religijskih implikacija internetske tehnologije, preko reflektivnih pristupa koji nastoje istaknuti vrline i slabosti interneta za religijsku zajednicu do entuzijastične obrane Interneta kao religijskog alata. Mnoga početna istraživanja religije i Interneta fokusirala su se na kategorizaciju ili definiranje fenomena odnosa religije i Interneta. Do početka 21.st istraživanje religije i Interneta smatra se ozbiljnim poljem istraživanja. Javljaju se studije fokusirane na probleme poput religijskog identiteta, zajednice i ritualne upotrebe Interneta (Campbell, 2006).

Već smo ranije govorili o nekim istraživanjima i teorijskim radovima koji su se pokazali važnima za razvoj teorija i nastavak istraživanja ovog fenomena. Ovdje ćemo istaknuti neka istraživanja relevantna za predmet našeg istraživanja, odnosno ona koja su poslužila kao polazište za istraživanje koje ćemo provesti za potrebe ovog rada.

U istraživanju iz 2004. godine Glenn Young analizira sadržaj nekoliko web stranica kršćanskih vjerskih zajednica u SAD-u s ciljem dokazivanja nemogućnosti potpunog razdvajanja *religije online* od *online religije* u smislu u kojemu to čini Helland. Budući da nam je dostupan samo rad napisan na temelju provedenog istraživanja – „*Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity*“ – nemamo informacije o metodologiji, uzorku i postupku provedbe istraživanja. Međutim, zaključci i primjeri koje autor prezentira u ovom radu korisni su za naše istraživanje.

Autor polazi od teze da *religija online* i *online religija* nisu potpuno odvojive te da je, iako postoje web stranice koje su čisti primjeri jednog ili drugog, većina web stranica zapravo napravljena na način da ujedinjuje elemente i jednog i drugog. U radu

pruža primjere nekoliko web stranica kojima to i dokazuje. Radi se o web stranicama koje pružaju informacije o zajednici, vjerovanju, aktivnostima, događajima i sl., odnosno predstavljaju jednosmjernu komunikaciju od zajednice ka korisnicima. Ova karakteristika čini ih primjerom *religije online*. Međutim, na njima se pojavljuju i elementi *online religije*. U nekim slučajevima radi se o mogućnosti slanja zahtjeva za molitve vjerskim službenicima ili objavljivanja tih zahtjeva online. Kad korisnik pošalje zahtjev za molitvom, službenici vjerske zajednice ga prime i mole se za tog korisnika prilikom sljedećeg okupljanja. U slučaju objavljivanja zahtjeva online, ostali korisnici primaju informacije, ali posebnu vrstu informacija: „Ovdje web stranica pruža informaciju posebno dizajniranu da inspirira molitvu drugih članova kongregacije“ (Young, 2004:96). U drugim slučajevima radi se o objavljivanju molitvi i tijeka rituala te uputa za njihovo izvođenje koje Young smatra *online religijom* jer prateći upute korisnik zapravo izvodi određeni ritual. Zatim ističe slučaj u kojemu se na web stranici poziva korisnike da svaki dan provedu deset minuta u molitvi, prateći upute s web stranice, čitajući svaki dan drugi tekst i moleći drugu molitvu. Ista stranica pruža prostor korisnicima za objavljivanje svojih dojmova o ritualu u kojem sudjeluju. Na taj način omogućuje se, ne samo prakticiranje vjere online, nego i komunikacija vlastitog iskustva, također online. Sve ove mogućnosti, ističe Young, označavaju pojavu *online religije* u okruženju koje je istodobno i *religija online*.

Kao odgovor na Youngovu kritiku, Helland (2005.) prikazuje neke primjere online religijske aktivnosti te objavljuje svoje zaključke u radu „*Online religion as lived religion: Methodological issues in the study of religious participation on the internet*“. Na početku se bavi primjerima objavljivanja molitvi i zahtjeva za molitvom. Ova aktivnost može uključivati slanje elektronske pošte predstavnicima vjerske zajednice, ispunjavanje online obrasca za molitvu, objavljivanje molitve ili zahtjeva za molitvom na web stranicu tako da to vide i drugi korisnici, postavljanje molitve ili zahtjeva za molitvom u BBS okruženje gdje drugi mogu odgovoriti ili korištenje sinkrone pričaonice za molitvu ili slanje zahtjeva za molitvom u realnom vremenu.

U primjeru slanja elektronske pošte ili ispunjavanja online obrazaca radi se o komunikaciji jednog prema jednomu, odnosno o privatnom razgovoru između pojedinca i crkve (vjerskog službenika). „Ova vrsta aktivnosti predstavlja *sivo područje* u klasifikaciji *online religije* i *religije online*. Nema načina na koji bismo evaluirali

aktivnost koja se zbiva u privatnom cyber-konfesionalnom prostoru. Iako ovi korisnici koriste Internet za neki oblik interakcije s vjerskim službenikom, koliko mi znamo, oni mogu razgovarati o vremenu“ (Helland, 2005:8).

Drugi primjer odnosi se na javni oblik slanja zahtjeva za molitvom. Konkretno, ovdje se radi se o slučaju slanja zahtjeva putem otvaranja nove teme na BBS-u, u grupi naziva *Soc.religion.christian*. Autor analizira razgovor nekoliko korisnika o molitvi koji se događa nakon što jedna korisnica objavljuje zahtjev za molitvom za uspjeh u školi i zaposlenje ubrzo nakon završetka škole. Prvi odgovor sadržavao je kratku molitvu, a zatim je povedena rasprava o moralnoj opravdanosti slanja ovakvog zahtjeva budući da se radi o molitvi za financijski uspjeh. Rasprava se odvijala kroz osam odgovora na temu koji su podupirali korisnicu koja je poslala zahtjev i većinom su ti odgovori bili argumentirani i poduprti citatima iz Biblije. Iako korisnici nisu bili uključeni u molitvu, sudjelovali su u religijskom dijalogu fokusiranom na pitanja vjere. Autor zaključuje da se ovaj slučaj može smatrati manifestacijom *online religije* budući da se radi o istinskim izrazima religijskih vjerovanja i praksi, smještenih u interaktivno okruženje. Osim toga, ova studija slučaja pokazuje i to da nemaju svi sudionici u istom online okruženju iste oblike religijskog iskustva ili interakcije.

Sljedeći primjer odnosi se na studiju slučaja online rituala koji se odvijao tijekom 1997. godine pod vodstvom jednog od korisnika Useneta korisničkog imena Father John Missing. Ritual se odvijao jednom tjedno u IRC<sup>10</sup> pričaonici, a aktivnosti su uključivale sudjelovanje u molitvama, blagoslove i vizualizacije te izvođenje kratke ceremonije. Helland smatra održavanje ovog rituala idealnim primjerom *online religije* jer se su korisnici dijelili informacije, zajedno molili, sudjelovali u grupnim ceremonijama i tako kreirali okruženje u kojemu je njihova religioznost mogla biti izražena (Helland, 2005).

Posljednji primjer koji Helland prezentira u ovom radu odnosi se na ritual *elektronske svete pričesti* (eng. *e-communion*) dostupan na web stranici virtualne crkvene organizacije *Church of Simple Faith*. Na stranicama postoje jasne upute za izvođenje rituala koje korisnik slijedi prateći poveznice na web stranici. Ritual uključuje

---

<sup>10</sup> Internet Relay Chat (IRC) je protokol za sinkrono slanje tekstualnih poruka. Prvenstveno je dizajniran za grupnu komunikaciju na diskusijskim forumima (*kanalima*), ali omogućava i komunikaciju jedan-na-jedan putem privatnih poruka te prijenos podataka putem razmjene datoteka.

čitanje poruka i pjevanje pjesama s web stranice, ispijanje češe pića (preporučeno bezalkoholno piće) te jedenje kruha.

Helland objašnjava zašto je teško procijeniti radi li se ovdje o *online religiji*. Prvo, nemoguće je biti siguran u namjere korisnika, odnosno nemoguće je reći izvode li autentičan oblik rituala ili ne. Osim toga, ovdje se radi o individualnom, privatnom događaju budući da na web stranici postoji prostor za razgovor o doživljenom nakon rituala. Konačno, online aktivnost se odnosi na samo čitanje uputa i praćenje poveznica, dok se većina rituala zbiva offline dok korisnik pije piće i jede kruh. Ovo dokazuje da „iako je ovaj ritual *online ritualna aktivnost*, on zapravo ne predstavlja oblik *online religije*. Crkva ovdje pruža informacije za korištenje offline, a ne online okruženje u kojemu se ritual može odvijati“ (Helland, 2005:11-12).

Helland zaključuje da za one ljude koji sudjeluju u online religijskim aktivnostima, ne postoji razdvajanje života i iskustava offline od onih online. Za njih Internet nije neko *drugo* mjesto već je shvaćen kao dio njihovog svakodnevnog života i oni tek proširuju svoj religijski smisao i aktivnosti u ovo okruženje. Prema tome, idealna *online religija* pružala bi i informacije i prostor za interakciju korisnika. Primjer toga su neke web stranice vjerskih zajednica koje nastoje inkorporirati i informacijski i interakcijski prostor, dok je češći slučaj da ovakve stranice pružaju samo informacije i time predstavljaju *religiju online*, dok se *online religija* javlja na popularnim, neslužbenim stranicama.

Smatramo dva prikazana istraživanja, Youngovo i Hellandovo, korisnima budući da je jedan od ciljeva našeg istraživanja prepoznavanje i opisivanje elemenata *religije online* i *online religije* na hrvatskim web stranicama, a nalazi i zaključci predstavljeni u ovim radovima pomoći će nam u ispunjavanju tog cilja.

Sljedeći rad kojeg ćemo ukratko prikazati jest istraživanje Pew Internet & American Life Projecta iz 2000. godine koje je jedno od prvih koje nastoji utvrditi koji se sve sadržaji objavljuju na web stranicama vjerskih zajednica. U radu pod nazivom „*Wired churches, wired temples: Taking congregations and missions into cyberspace*“ prikazani su rezultati ovog istraživanja provedenog na uzorku od 1309 web stranica kršćanskih, židovskih i unitarijansko-univerzalističkih zajednica iz 49 država SAD-a. Predstavnici su putem elektronske pošte pozvani da sudjeluju u istraživanju, a oni koji

su pristali sudjelovali su ispunjavanjem online upitnika. Upravo zbog ovakve metode odabira uzorka, autori ističu da „je vjerojatno da su sudionici u istraživanju više entuzijastični oko upotrebe Interneta i više zainteresirani za upotrebu posebnih alata od nasumično odabrane grupe vjerskih zajednica“ (Larsen, 2000:5). Rezultati su pokazali tko postavlja web stranice, s kojim ciljem te kakav religijski sadržaj duhovni vođe traže na internetu. Onaj dio koji je najzanimljiviji za naše istraživanje jesu upravo ciljevi postavljanja web stranice jer se iz njih vidi koji se svi sadržaji postavljaju kako bi se ti ciljevi ispunili.

Najzastupljeniji su sadržaji kojima se posjetitelje poziva i ohrabruje da se pridruže vjerskoj zajednici, a takve sadržaje objavljuje 83% vjerskih zajednica koje su sudjelovale u istraživanju. Ovo uključuje informacije o zajednici, raspored bogoslužja, upute za pronalazak crkve ili hrama te poruke dobrodošlice. Slijede tekstovi vezani uz vjeru što uključuje informacije o vjerovanju i misiji zajednice, propovijedi i različite tekstove koji se tiču vjerovanja (77%). Nešto manji postotak zajednica objavljuje poveznice na druge stranice povezane s njihovom vjerom (76%) ili na stranice za proučavanje Biblije i drugih vjerskih materijala i tekstova (60%). Slijedi kategorija nazvana *interna komunikacija* koja uključuje obavijesti o aktivnostima, rasporede, kalendare i tjedne listove (56%). Polovica web stranica objavljuje fotografije s različitih događaja i okupljanja vjernika s ciljem promocije vjerske zajednice u široj zajednici. Ostali sadržaji koji se pojavljuju u manjem postotku su materijali namijenjeni mladima, materijali kojima se promovira misionarski ili evanđeoski rad, zahtjevi za molitvama koji su u vrijeme provođenja istraživanja još uvijek rijetki (18%), zatim pozivanje na volonterski rad, mogućnosti prijave za različite aktivnosti i programe, audio i video prijenos (eng. *live streaming*) okupljanja, rasprava, službi i slično te online prikupljanje sredstava za pomoć radu vjerske zajednice (Larsen, 2000).

Autori zaključuju da službene stranice vjerskih zajednica češće koriste Internet za jednosmjernu komunikaciju u vidu pružanja informacija korisnicima, a rjeđe im omogućuju da međusobno komuniciraju. Tek 4% ovih stranica imalo je prostore za online rasprave, od kojih su neke razmišljale o tome da ih u budućnosti uklone jer je postalo nemoguće kontrolirati njihov sadržaj (Larsen, 2000).

Ovo istraživanje predstavlja jedan od prvih uvida u stanje na Internetu. U našem istraživanju ustanovit ćemo koji su od ovih sadržaja dostupni i na hrvatskim stranicama, koliko se novih vrsta sadržaja pojavilo u međuvremenu i koriste li ih vjerske zajednice na svojim stranicama.

Još jedan rad kojeg ćemo ukratko prikazati jest „*The Internet Highway and Religious Communities: Mapping and Contesting Spaces in Religion-Online*“ (2009.) skupine autorica (Cheong et al., 2009). Rad je napisan na temelju rezultata šireg istraživanja Interneta u Singapuru te provedene analize sadržaja web stranica vjerskih zajednica. Za naše istraživanje značajan je upravo taj empirijski dio rada koji se odnosi na analizu sadržaja 177 web stranica protestantskih vjerskih zajednica u Singapuru. Cilj analize bio je ustanoviti učestalost pojavljivanja nekih značajki web stranica što uključuje povijest, pozadinu, vjerovanja, religijske službe, programe, zemljopisne karte, lokaciju i načine pronalaska i dolaska do sjedišta zajednice, zatim galerije slika, *podcast* i *webcast*<sup>11</sup>, audiovizualne materijale, online forum i poveznice na druge stranice

Rezultati su pokazali da web stranice vjerskih zajednica najčešće sadržavaju informacije o religijskim službama i programima, o organizaciji zajednice, njenoj povijesti te o specifičnim denominacijskim vjerovanjima. Većina stranica sadržava kartu i/ili upute za pronalaženje sjedišta zajednice. U nešto manjem postotku javljaju se informacije o nereligijskim programima poput čuvanja djece, tečajeva za roditelje, pravnih ili medicinskih službi. Što se tiče mogućnosti koje pruža Internet za razliku od tiskanih medija (galerije fotografija, podcast, webcast, audiovizualni materijali, forum) one još uvijek nisu prepoznate od većine zajednica. Tako nešto više od trećine stranica ima galerije fotografija, a nešto manje od polovice pruža mogućnost preuzimanja tekstova, audio i video zapisa ili njihovog direktnog slušanja/gledanja online. Značajka koja se pojavljuje u najmanjem postotku jest online forum za korisnike.

Osim ovih značajki, u nekim slučajevima pojavljuju se dodatne mogućnosti poput objavljivanja svjedočanstava ili poveznica na blog pastora, dok neke stranice

---

<sup>11</sup> *Podcast* je naziv za digitalnu datoteku koja sadržava audio ili audio-video zapis koji se distribuira putem Interneta, a namijenjen je gledanju (ili slušanju) na računalu ili digitalnom prijenosnom playeru. *Webcast* podrazumijeva emitiranje ili prikazivanje medijskih sadržaja putem Interneta i omogućuje korisnicima slušanje radio stanica ili glazbe, gledanje televizijskih programa i filmova, kao i uspostavljanje video poziva.

pružaju mogućnost pretplate na novosti sa stranice putem *RSS feeda*<sup>12</sup> Poseban prostor u ovoj analizi autorice posvećuju poveznicama na druge stranice vjerskih zajednica diljem svijeta budući da one proširuju prostornu domenu zajednice omogućujući tako i proširenje iskustva svojih korisnika.

Autorice zaključuju da Internet i novi mediji omogućavaju stvaranje novih oblika komunikacije. Gledajući na te nove prakse kroz prizmu *religije online*, zaključuju da Internet ne služi samo širenju informacija o religijskom životu zajednice, nego i za komunikaciju subjektivnih iskustava. Pridajući posebnu pažnju poveznicama, zaključuju da online komunikacija zahvaljujući ovoj mogućnosti premašuje organizacijsku kontrolu i religijskih i geografskih odrednica, budući da i religijski vođe prepoznaju poteškoće u reguliranju informacija online. Ipak, poveznicama na druge stranice omogućen je pristup većoj količini informacija i time znatno proširene mogućnosti ispunjenja različitih zahtjeva korisnika (Cheong P. H. et al., 2009).

Budući da nam je dostupno samo izvješće ovog istraživanja, a ne i materijali koji su korišteni, ne možemo komentirati korištene instrumente. Ipak, važnost ovog istraživanja za ono koje ćemo provesti za potrebe ovog rada proizlazi iz predmeta istraživanja, ali i metode korištene u istraživanju. Naše istraživanje počivat će na nekim pretpostavkama ovog istraživanja, ali istodobno ćemo proširiti analizu i pokušati izvući konkretnije zaključke o religijskom sadržaju na Internetu.

U Hrvatskoj do danas nisu provedena istraživanja odnosa religije i Interneta općenito pa tako ne postoje ni istraživanja koja bi se bavila sadržajem koji vjerske zajednice postavljaju na Internet. Metoda analize sadržaja, koja je korištena u našem istraživanju, korištena je i u brojnim istraživanjima religije u Hrvatskoj. Međutim, uvijek se radilo o drugim sredstvima komunikacije, ponajprije o vjerskom tisku ili tisku općenito (Marinović Bobinac 1991., Relja 1998., Marinović Bobinac i Goldberger 2008., Goldberger 2011. i drugi). Naravno da će nam i ova istraživanja pomoći u izradi ovog rada, ali zbog različitosti predmeta istraživanja ovdje nećemo detaljnije govoriti o njima.

---

<sup>12</sup> RSS feed (kratica za Rich Site Summary ili, poznatije, Really Simple Syndication) odnosi se na skup web formata korištenih za web stranice koje često objavljuju nove sadržaje. RSS univerzalni format za razmjenu sadržaja omogućuje prezentiranje sadržaja korisnicima u skraćenom obliku, koji oni mogu pregledavati pomoću preglednika, posebnih programa ili koristiti na svojim stranicama.

## 5.2. TEORIJSKO KOCEPTUALNA RAZRADA

Temeljem zaključaka do kojih smo došli pregledom relevantne literature i nalaza dosadašnjih istraživanja te inicijalnim pregledom dijela web stranica koje ćemo analizirati, konstruirali smo šest kategorija vrsta sadržaja koje se mogu pojaviti na web stranicama vjerskih zajednica.

Prva kategorija nazvana je *informacije o zajednici*. Pružanje informacija o zajednici predstavlja jednosmjernu komunikaciju od vjerske zajednice prema vjernicima i ostalim zainteresiranim pojedincima te se odnosi na onaj vid odnosa religije i Interneta koji nazivamo *religija online*. Radi se o nekim osnovnim informacijama o zajednici, koja postoji i offline, postavljenima na Internet jer je on viđen kao novo sredstvo širenja informacija. Ovaj segment ne pretpostavlja komunikaciju pojedinca sa zajednicom već njemu služi samo za prikupljanje potrebnih informacija.

U ovu kategoriju smjestili smo sljedeće vrste sadržaja: (1) informacije o povijesti zajednice u svijetu, (2) povijesti zajednice u Hrvatskoj, (3) ustroju zajednice, (4) organizacijama unutar zajednice, (5) aktivnostima zajednice, (6) humanitarnom djelovanju, (7) informacija o nereligijskim programima, (8) informacija o glavnom članu zajednice (npr. rabin, župnik, pastor), (9) popis vjerskih službenika, (10) dokumenti (11) informacija o načinu na koji se zajednica financira, (12) načinu na koji građani mogu donirati sredstva zajednici, (13) popis mjesta okupljanja, (14) raspored obreda/bogoslužja, (15) informacija o načinu na koji se postaje članom vjerske zajednice, (16) statistika zajednice te (17) kontakt informacije (adresa sjedišta zajednice, adresa elektronske pošte, broj telefona i telefaksa).

Druga kategorija također se odnosi na pružanje informacija od strane zajednice prema pojedincima, no ovdje se radi o sadržajno različitim informacijama, odnosno o *informacijama o vjerovanju zajednice*. Pronalazeći ove informacije korisnik uči o temeljnim vjerovanjima zajednice, običajima, obredima i ritualima. Informacije o vjerovanju podijelili smo u sljedeće podkategorije: (1) informacije o temeljnim vjerovanjima, (2) informacije o obredima, (3) informacije o blagdanima, (4) religijski tekstovi. Religijski tekstovi mogu biti svete knjige i spisi, molitve, standardi življenja vjernika, svjedočanstva vjerskih službenika ili vjernika, duhovne misli, misije vjerskih zajednica ili tekstovi o vjerskim ličnostima.



Treća kategorija odnosi se na *novosti vezane uz zajednicu*. Ova kategorija predstavlja drugačiji vid korištenja web stranica prepoznat od strane vjerskih zajednica. Dok prethodne dvije kategorije nalaze svoj ekvivalent u knjigama, brošurama i mjesečnim tiskovinama vjerskih zajednica, ova kategorija nalazila bi ga u dnevnim tiskovinama ili dnevnim informativnim emisijama. Budući da su tiskovine i dnevne emisije koje se bave pojedinim vjerskim zajednicama i novostima vezanima uz njih rijetke, vjerske zajednice okreću se drugim medijima – radiju i Internetu. Dok neke vjerske zajednice imaju svoje radio stanice, veći broj njih ipak prepoznaje Internet kao prostor obavještanje o svim važnim događajima u životu zajednice, njenim aktivnostima, ali i novostima iz društva koje na neki način utječu na život zajednice. U skladu s tim, razlikujemo tri vrste sadržaja koje spadaju u ovu kategoriju: (1) najave različitih događanja vezanih uz zajednicu ili organiziranih od strane zajednice, (2) izvještaji s tih događanja te (3) vijesti i osvrti na događaje iz društvenog života šire zajednice koji se na neki način tiču zajednice.

Četvrta kategorija nazvana je *multimedijalni sadržaj*. Sadržaj smješten u ovu kategoriju odnosi se na one sadržaje (audio, vizualne i audiovizualne) koje je moguće pregledati online, preuzeti s Interneta ili kupiti (naručiti) online. Sadržaji su različiti i karakteristični za stranice religijske tematike: galerije slika i fotografija, knjige religijske tematike, tekstualne propovijedi i predavanja, časopisi vjerske zajednice, glazba, drugi audio sadržaji (propovijedi, predavanja, seminari) i video sadržaji (filmovi, snimke s različitih događaja, seminari, predavanja, propovijedi, koncerti).

Podkategorije su sljedeće: (1) galerija fotografija, (2) fotografije kao dodatak vijestima, (3) virtualna šetnja građevinama (crkavama, hramovima itd.), besplatno preuzimanje ili pristup materijalima za čitanje/gledanje/slušanje online: (4) knjige, (5) tekstualne propovijedi, (6) religijski tekstovi, (7) časopisi, (8) glazba, (9) drugi audio sadržaji (propovijedi, predavanja), (10) video sadržaji, prodaja (11) knjiga, (12) časopisa, (13) audio zapisa (glazbe) te (14) video zapisa (filmovi, snimke koncerta i sl.).

Peta kategorija odnosi se na *popratni sadržaj*. Radi se o stalnim sadržajima početne stranice poput poveznica i različitih aplikacija – pretraživača, brojača posjeta i slično. Ovi sadržaji omogućuju korisnicima lakši pronalazak traženih informacija ili ih upućuju na druge izvore informacija koje bi im mogle biti zanimljive. Podkategorije su:

(1) mogućnost pretraživanja stranice, (2) poveznice na profile zajednice na društvenim mrežama (poput Facebooka ili Twittera), (3) poveznice na druge stranice, (4) brojčak korisnika, (5) karta s uputama za pronalaženje sjedišta zajednice, (6) online pristup radio stanici vjerske zajednice (radio streaming).

Šesta kategorija nazvana je *mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta*. Ovdje se radi o mogućnostima dvosmjerne komunikacije koju neke stranice pružaju svojim korisnicima, odnosno o elementima web stranice koji omogućuju vjernicima da aktivno sudjeluju u životu zajednice i dok nisu fizički prisutni, da iznose svoja mišljenja, ideje, prijedloge, primjedbe. Nakon inicijalnog pregleda stranica identificirali smo šest takvih elemenata koji čine podkategorije ove kategorije: (1) registracija korisnika (koja dopušta korisniku komentiranje, ocjenjivanje sadržaja i sl.), (2) mogućnost komentiranja sadržaja, (3) mogućnost ocjenjivanja sadržaja ili stranica, (4) prijava na listu za dopisivanje, (5) forum i (6) online anketa.

Ovih šest kategorija obuhvaća one sadržaje koji za cilj imaju pružanje različitih informacija korisnicima i one elemente koji dopuštaju interakciju između korisnika i predstavnika vjerske zajednice, ali i međusobnu komunikaciju korisnika. One stranice koje su uređene na način da pružaju korisnicima informacije, a ne i mogućnost interakcije, primjeri su *religije online*. Idealni primjeri *online religije* bile bi one stranice koje osim informacija pružaju i prostor u kojemu se ove informacije mogu komunicirati. Međutim, kako bi se ostvarila *online religija*, korisnici moraju prepoznati i koristiti ove prostore za prakticiranje religije (Helland, 2003, 2005). Rezultati istraživanja pokazat će postoje li ovakvi slučajevi među hrvatskim web stranicama.

### 5.3. HIPOTEZE

Jedan od ciljeva našeg istraživanja je utvrditi postojanje razlika u zastupljenosti određenih vrsta sadržaja između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica koje djeluju i registrirane su u Hrvatskoj. Postavili smo šest hipoteza čiju ćemo istinitost utvrditi istraživanjem.

1. Ne postoji statistički značajna razlika između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u prosječnom broju elemenata iz kategorije *informacije o zajednicama* postavljenih na službene web stranice. ( $H_0$ )
2. Ne postoji statistički značajna razlika između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u prosječnom broju elemenata iz kategorije *informacije o temeljnim vjerovanjima* postavljenih na službene web stranice. ( $H_0$ )
3. Ne postoji statistički značajna razlika u prosječnom broju elemenata iz kategorije *novosti* na službenim web stranicama tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica. ( $H_0$ )
4. Netradicionalne vjerske zajednice čine dostupnim više multimedijalnih sadržaja nego tradicionalne vjerske zajednice. ( $H_1$ )
5. Ne postoji statistički značajna razlika između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u postavljanju popratnih sadržaja na web stranice. ( $H_0$ )
6. Netradicionalne vjerske zajednice pružaju više mogućnosti za sudjelovanje korisnika u životu zajednice putem Interneta nego tradicionalne. ( $H_1$ )

## 6. METODOLOGIJA

Za potrebe izrade ovog rada proveli smo analizu sadržaja službenih web stranica registriranih vjerskih zajednica u Hrvatskoj.

Analiza sadržaja je metoda za klasificiranje i kvantificiranje raznih verbalnih i neverbalnih poruka u najširem smislu riječi, prema njihovim sadržajnim i formalnim karakteristikama, a u skladu s unaprijed utvrđenim općim pravilima (Zvonarević, 1981). Njome dolazimo do objektivnog, sustavnog i kvantitativnog opisa manifestnog (i latentnog) sadržaja sredstava komunikacije. Pod sadržajem se obično podrazumijeva poruka izražena riječima, slikom, glazbom, pokretom ili drugim uobičajenim simbolima. Sadržaj se prvenstveno odnosi na manifestni sadržaj neovisno o latentnim namjerama autora poruke i neovisno o mogućim reakcijama primaoca poruke (Plačko, 1990). „Analiza sadržaja metoda je koja se već dugo koristi u sociologiji i drugim društvenim znanostima u istraživanjima različitih masovnih medija (novine, radio, televizija, Internet), književnih djela, govora političara i drugih javnih osoba, transkripata intervjua, ali i dokumenata te drugih komunikacijskih sadržaja“ (Golberger, 2011:72).

Priprema tijeka analize sadržaja podrazumijeva određenje uzorka, jedinice analize te jedinica sadržaja.

U većini istraživanja pristupa se mjerenju samo ograničenog broja slučajeva koji nazivamo uzrokom. S obzirom na specifičnost našeg istraživanja, u analizu su ušli svi slučajevi, odnosno analiziran je sadržaj svih službenih web stranica vjerskih zajednica registriranih u Hrvatskoj. Više riječi o uzorku bit će u sljedećem poglavlju.

Jedinice analize podrazumijevaju obujam koji će kao dio ukupnog sadržaja biti obuhvaćen analizom. Većinom su jedinice analize novinski prilozi, dokumenti, intervjui, fotografije, televizijske emisije i slično. Kad se radi o istraživanju sadržaja Interneta, moguće je definirati različite jedinice analize. Decembar (1996.) razvija tipologiju jedinica analize za istraživanja Interneta. Pritom identificira pet tipova jedinica analize: (1) medijski prostor koji se sastoji od seta svih servera određenog tipa koji mogu pružiti informacije u jednom ili više protokola, korespondirajućih klijenata koji imaju pristup tim serverima te sadržaj dostupan na tim serverima; (2) medijski razred koji uključuje jedan određeni set sadržaja, servera i klijenata; (3) medijski objekt

koji se odnosi na specifičnu jedinicu unutar medijskog razreda koju korisnik može promatrati ili stupiti u interakciju s njom; (4) medijska instanca koja se odnosi na medijski objekt u određenom vremenu te (5) medijsko iskustvo koje se odnosi na percepciju seta medijskih instanci od strane pojedinog korisnika (Foot i Schneider, 2004, prema December, 1996).

Foot i Schneider ovoj tipologiji dodaju još jednu moguću jedinicu analize - web sferu (eng. *websphere*). Opisuju je kao medijski prostor shvaćen onako kako navodi December, ali s dodatkom tematske povezanosti sadržaja medijskog prostora te određenog vremenskog okvira. Točnije, web sferu definiraju kao „skup dinamički definiranih digitalnih resursa koji uključuje različite web stranice koje smatramo relevantnima ili povezanim s centralnom temom ili objektom istraživanja, često povezane poveznicama (eng. *hyperlink*)“ (Foot i Schneider, 2004:2). Naglasak je na dinamičnoj prirodi web stranica uključenih u analizu koja proizlazi iz dva izvora: (1) istraživači koji određuju granice istraživane web sfere vjerojatno će tijekom analize pronalaziti nove stranice koje bi trebalo uključiti u analizu i (2) definicija web sfere je rekurzivna u smislu da se u nju mogu uključiti i stranice koje se referiraju na druge stranice, kao i one na koje se referiraju druge stranice. Prema tome, kako je web sfera analizirana tijekom vremena, njene granice mogu se dinamično oblikovati i od strane istraživačevih strategija identifikacije sadržaja, ali i promjenama na samim stranicama (Foot i Schneider, 2004).

U našem istraživanju također se može govoriti o istraživanju web sfere, odnosno skupa međusobno tematski povezanih web stranica. Budući da istražujemo jednu web sferu, potrebno je definirati jedinicu analize unutar nje, a to će biti jedna web stranica (eng. *website*). Nakon određenja jedinice analize, definirane su jedinice sadržaja. Jedinica sadržaja je poruka ili ideja sadržana u jedinici analize. Ovdje se radi o kategorijama pojedinih elemenata prisutnih na web stranicama vjerskih zajednica. Razlog odabira ovakve jedinice sadržaja jest taj što je istraživanje počivalo na ideji da uočimo što sve vjerske zajednice imaju potrebu objaviti na svojim službenim web stranicama te koliko se prilikom toga oslanjaju na relativno nove mogućnosti koje pruža Internet, za razliku od onih koje im pružaju stariji mediji - tisak, radio ili televizija. Pregled ranijih istraživanja, relevantne literature i samog sadržaja web stranica

rezultirao je definiranjem šest kategorija elemenata prisutnih na web stranicama, s pripadajućim podkategorijama.

## 6.1. UZORAK

Kako bismo odredili uzorak ovog istraživanja, preko web stranice Ministarstva uprave Republike Hrvatske<sup>13</sup> pristupili smo *Evidenciji vjerskih zajednica Republike Hrvatske* i tim putem došli do popisa svih registriranih vjerskih zajednica. Ukupan broj ovih zajednica je N=52, a one su, na temelju relevantne literature, podijeljene u četiri ranije navedene kategorije (tradicionalno prisutne kršćanske vjerske zajednice, kršćanski novi religijski pokreti, tradicionalno prisutne nekršćanske vjerske zajednice, netradicionalne nekršćanske vjerske zajednice).

Pretraživanjem Interneta ustanovili smo da 27 registriranih vjerskih zajednica ima svoje službene web stranice. Potom smo na stranicama onih vjerskih zajednica koje su registrirane kao savezi/koordinacija više zajednica (Savez baptističkih crkava u Republici Hrvatskoj, Savez crkava „Riječ života“, Savez Kristovih pentekostnih crkava u Republici Hrvatskoj i Koordinacija Židovskih općina u Republici Hrvatskoj) pronašli službene stranice pojedinih crkava/općina koje čine savez/koordinaciju. Time smo pronašli još 15 stranica, čime se uzorak povećao na N=42. Nakon toga slijedio je pregled svih službenih stranica vjerskih zajednica, saveza i članica saveza s ciljem pronalaska stranica ogranaka vjerskih zajednica. Radi se o biskupijama, župama, međžlisima, mitropolijama i slično, odnosno o teritorijalno odvojenim manjim zajednicama koje djeluju kao dijelovi registrirane vjerske zajednice. Pronašli smo 142 takve stranice. Tako je ukupan broj web stranica koje su ušle u analizu iznosio N=184<sup>14</sup>.

U sljedećoj tablici prikazana je zastupljenost četiriju kategorija vjerskih zajednica prema kategorijama web stranica.

---

<sup>13</sup> <http://www.uprava.hr>, podaci od 15.07.2013.

<sup>14</sup> Vidjeti prilog 1.

Tablica 2. Zastupljenost web stranica prema kategoriji vjerske zajednice i kategoriji web stranice

Kategorija vjerske zajednice	Kategorija web stranice				ukupno
	stranica vjerske zajednice	stranica saveza/koordinacije	stranica vjerske zajednice koja djeluje unutar saveza/koordinacije	stranica ogranka vjerske zajednice	
tradicionalno prisutna kršćanska	4	0	0	136	140
kršćanski novi religijski pokret	13	4	11	0	28
tradicionalno prisutna nekršćanska	2	1	4	5	12
netradicionalna nekršćanska	3	0	0	1	4
ukupno	22	5	15	142	184

## 6.2. INSTRUMENT

Instrument korišten u ovom istraživanju je matrica za analizu sadržaja<sup>15</sup> s varijablama podijeljenima u nezavisni i zavisni sklop varijabli.

Nezavisni sklop varijabli odnosi se na dvije varijable – kategorija vjerske zajednice i kategorija web stranice.

Svaka zajednica na prvoj varijabli (*kategorija vjerske zajednice*) može imati jednu od četiri vrijednosti, ovisno o kategoriji kojoj pripada:

- 1 – Tradicionalno prisutne kršćanske zajednice
- 2 – Kršćanski novi religijski pokreti
- 3 – Tradicionalno prisutne nekršćanske zajednice
- 4 – Netradicionalne nekršćanske vjerske zajednice

Druga se odnosi na *kategoriju web stranice*, a kategorije su sljedeće:

- 1 – Stranica vjerske zajednice
- 2 – Stranica saveza/koordinacije vjerskih zajednica

<sup>15</sup> Vidjeti Prilog 2.

- 3 – Stranica vjerske zajednice koja djeluje unutar saveza/koordinacije vjerskih zajednica  
4 – Stranica ogranka vjerske zajednice (nadbiskupija, biskupija, župa, medžlis, mitropolija, eparhija)

Zavisni sklop varijabli čine varijable podijeljene u šest kategorija. Prva kategorija nazvana je *informacije o zajednici* i uključuje sljedeće podkategorije: (1) informacije o povijesti zajednice u svijetu, (2) povijesti zajednice u Hrvatskoj, (3) ustroju zajednice, (4) organizacijama unutar zajednice, (5) aktivnostima zajednice, (6) humanitarnom djelovanju i skupini prema kojoj je usmjerena humanitarna pomoć<sup>16</sup>, (7) informacija o nereligijskim programima, ako postoje (sportske aktivnosti zajednice, zajednička putovanja, čuvanje djece i slično), (8) informacija o glavnom članu zajednice (župnik, pastor, rabin i slično), (9) popis vjerskih službenika, (10) dokumenti<sup>17</sup>, (11) informacija o načinu na koji se zajednica financira, (12) način na koji građani mogu donirati novac zajednici (opis načina ili samo naveden broj bankovnog računa zajednice), (13) popis mjesta okupljanja, odnosno popis crkava, džamija, sinagoga i slično, (14) raspored obreda/bogoslužja, (15) informacija o načinu na koji se postaje članom vjerske zajednice te (16) statistika zajednice (broj članova, broj krštenih ili vjenčanih članova i slično), (17) kontakt informacije (adresa sjedišta zajednice, adresa elektronske pošte, broj telefona, telefaks).

Druga kategorija odnosi se na *informacije o vjerovanju zajednice*, što uključuje: (1) informacije o temeljnim vjerovanjima, (2) informacije o obredima, (3) informacije o blagdanima, (4) religijski tekstovi i (5) vrsta religijskih tekstova. Posljednja podkategorija uključuje svete knjige i spise, molitve, standarde življenja vjernika, svjedočanstva vjerskih službenika ili vjernika, duhovne misli, misije vjerskih zajednica i tekstove o vjerskim ličnostima.

Treću kategoriju čine *novosti vezane uz zajednicu*: (1) najave različitih događanja vezanih uz zajednicu ili organiziranih od strane zajednice, (2) izvještaji s tih

---

<sup>16</sup> Zanima nas postoji li informacija o krajnjim korisnicima sakupljenih sredstava i koji su to korisnici – stariji građani, bolesni, obitelji slabijeg imovinskog statusa, obitelji s više djece ili neka druga specifična osoba ili skupina.

<sup>17</sup> Zanima nas objavljuju li vjerske zajednice službene dokumente na svojim stranicama i koji su to dokumenti (Ugovor o pitanjima od zajedničkog interesa između Crkve i Vlade, Rješenje o upisu u Evidenciju vjerskih zajednica, statut zajednice, Zakon o pravnom položaju vjerskih zajednica i slično).



događanja te (3) vijesti i osvrti na događaje iz društvenog života šire zajednice koji se na neki način tiču zajednice.

Četvrta kategorija nazvana je *multimedijalni sadržaj*. Podkategorije su sljedeće: (1) galerija fotografija, (2) fotografije kao dodatak vijestima, (3) tema fotografija<sup>18</sup>, (4) virtualna šetnja građevinama (crkvama, hramovima itd.), besplatno preuzimanje ili pristup materijalima za čitanje/gledanje/slušanje online: (5) knjige, (6) tekstualne propovijedi, (7) religijski tekstovi, (8) časopisi, (9) glazba, (10) drugi audio sadržaji (propovijedi, predavanja), (11) video sadržaji, prodaja (12) knjiga, (13) časopisa i drugih glasila<sup>19</sup>, (14) audio zapisa (glazbe) te (15) video zapisa (filmovi, snimke koncerta i slično).

Petu kategoriju čine *popratni sadržaji*: (1) mogućnost pretraživanja stranice, (2) poveznice na profile zajednice na društvenim mrežama (Facebook, Twitter i slično), (3) poveznice na druge stranice, (4) brojač korisnika, (5) karta s uputama za pronalaženje sjedišta zajednice, (6) online pristup radio stanici vjerske zajednice (radio streaming).

Šesta kategorija nazvana je *mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta*, a u ključuje (1) registraciju korisnika (koja dopušta korisniku komentiranje, ocjenjivanje sadržaja i sl.), (2) mogućnost komentiranja sadržaja, (3) mogućnost ocjenjivanja sadržaja ili stranica, (4) prijavu na listu za dopisivanje, (5) forum i (6) online anketu.

Budući da je inicijalni pregled stranica uključivao samo jedan dio ukupno analiziranih web stranica (njih 30) i da su rijetka istraživanja na temelju kojih bi se konstruirala iscrpna analitička matrica, bilo je za očekivati da će se tijekom analize pojaviti još neki elementi. Zbog toga smo odlučili uz svaku od ranije navedenih kategorija dodati i podkategoriju *ostalo* u koju će biti upisivani eventualni elementi koji se nisu pokazali zastupljenima na inicijalno pregledanim stranicama, a mogu se pokazati relevantnima za istraživanje.

---

<sup>18</sup> Uključuje fotografije s okupljanja vjernika, fotografije istaknutih članova zajednice/vjerskih službenika, fotografije građevina/mjesta okupljanja vjernika, slike vjerske tematike – slike svetaca, vjerskih simbola i slično.

<sup>19</sup> U ovu kategoriju uključili smo i biltene i župne listiće koje zajednice objavljuju u tiskanom obliku, ali ih čine dostupnima i online.

S obzirom na to da se radilo o utvrđivanju postojanja svake od vrsta sadržaja, kodiranje je bilo binarno, odnosno jedinica analize je na svakoj varijabli mogla imati jednu od sljedeće dvije vrijednosti:

0 – ne pojavljuje se

1 – pojavljuje se

Varijable nazvane *ostalo* bit će naknadno kodirane.

## 7. REZULTATI

### 7.1. ANALIZA DISTRIBUCIJA FREKVENCIJA

#### 7.1.1. Informacije o zajednici

Prva kategorija odnosila se na informacije o zajednici i sadržavala je one informacije koje omogućuju učenje o samoj zajednici, njenim aktivnostima i programima, njenim članovima te kontakt informacije.

Tablica 3. Frekvencije varijabli iz kategorije *informacije o zajednici*

Informacije o zajednici	f	%
Kontakt	181	98,4
Popis mjesta okupljanja	178	96,7
Povijest zajednice u Hrvatskoj	157	85,3
Raspored bogoslužja	146	79,3
Aktivnosti zajednice	128	69,6
Popis vjerskih službenika	105	57,1
Organizacije unutar zajednice	86	46,7
Ustroj/organizacija zajednice	84	45,7
Humanitarno djelovanje	79	42,9
Informacije o glavnom članu	51	27,7
Donacije	49	26,6
Statistika zajednice	36	19,6
Nereligijski programi	29	15,8
Povijest zajednice u svijetu	19	10,3
Dokumenti:	19	10,3
1. Ugovor s Državom	5	2,7
2. Statut zajednice	5	2,7
3. Zakon o pravnom položaju vj. zajednica u RH	5	2,7
4. Rješenje o upisu u <i>Evidenciju</i>	1	0,5
Informacije o financiranju	16	8,7
Informacija o postajanju članom zajednice	10	5,4

Kontakt informacije pokazale su se najzastupljenijim elementom prisutnim na web stranicama vjerskih zajednica. Kontakt informacije uglavnom uključuju adresu sjedišta zajednice, broj telefona i telefaksa te adresu elektronske pošte. Tek nešto manji broj stranica objavljuje popis mjesta okupljanja (96,7%). Ovdje je potrebno naglasiti da postoji velik broj stranica ogranaka vjerskih zajednica koji imaju samo jedno mjesto okupljanja pa smo u njihovom slučaju postojanjem ovog elementa smatrali postojanje istih informacija o mjestu okupljanja kao i na popisima u slučaju stranica vjerskih zajednica ili saveza vjerskih zajednica. Ukupan broj ovakvih slučajeva bio je 104 (58,2%), dok se popisi mjesta okupljanja u slučajevima kad je ovakvih mjesta više, pojavljuje u 74 slučaja (40,2%).

Informacije o povijesti zajednice u Hrvatskoj gotovo su neizbježan dio analiziranih web stranica. Ostali elementi koje većina kreatora web stranica smatra važnima istaknuti odnose se na popis mjesta okupljanja vjernika, raspored bogoslužja, informacije o aktivnostima te popis vjerskih službenika zajednice.

Najrjeđe zastupljen element je informacija o načinu na koji se postaje članom zajednice. Kao što se moglo i očekivati, tu informaciju pružaju manje, netradicionalne zajednice (6 od 28 kršćanskih novih religijskih pokreta, 3 od 4 netradicionalne nekršćanske zajednice te tek 1 tradicionalna nekršćanska zajednica). Budući da se radi o široj javnosti manje poznatim vjerskim zajednicama, one na Internetu pronalaze prostor za pružanje što više korisnih i praktičnih informacija za potencijalne nove članove.

Još jedan manje zastupljen element je povijest zajednice u svijetu, što je objašnjivo činjenicom da najveći dio uzorka (77%) čine web stranice ogranaka vjerskih zajednica (ponajviše župa Katoličke crkve) koje su teritorijalno određene i na svojim stranicama se koncentriraju na svoj ogranak, a ne na širu zajednicu čiji su dio.

Informacije o financiranju pojedine zajednice i službeni dokumenti vrlo se rijetko pojavljuju na web stranicama vjerskih zajednica. Ove kategorije bile su nam zanimljive jer smo željeli utvrditi vode li vjerske zajednice računa o transparentnosti svog financijskog djelovanja ili smatraju da je ovakve informacije bespotrebno pružati na uvid svima zainteresiranima. Informacije o financiranju (financijski izvještaji, članci iz Ugovora s Državom ili statuta i slično.) pruža tek 16 stranica (8,7%), dok službene dokumente na uvid korisnicima daje 19 stranica (10,3%). Iz Tablice 3. vidljivo je da se jednako često pojavljuju Ugovor s Državom, statut zajednice te Zakon o pravnom položaju vjerskih zajednica (u 2,7% slučajeva) dok se Rješenje o upisu vjerske zajednice u Evidenciju vjerskih zajednica pojavljuje samo jednom. Uz ove unaprijed utvrđene kategorije matrica je sadržavala i kategoriju *ostalo* u koju smo upisivali koji se još dokumenti pojavljuju, uz gore navedene. Radilo se o nekoliko specifičnih dokumenata, dekreta, različitih ugovora s Državom, ugovora o održavanju vjeronauka i slično.

Kod humanitarnih akcija željeli smo utvrditi i postoji li informacija o krajnjim korisnicima humanitarne pomoći, odnosno sredstava koja se prikupe humanitarnim akcijama. Od 79 stranica koje imaju informaciju o humanitarnom djelovanju, samo njih

18 (ili 22,8%) ima i informaciju o tome prema kome je ta pomoć usmjerena. Od tih 18 njih 7 ima konkretnu informaciju o pojedincima i obiteljima koji su primili pomoć, dok ostalih 11 navodi skupine prema kojima je ta pomoć usmjerena – siromašniji, stariji, nemoćni, bolesni građani ili obitelji lošijeg materijalnog statusa.

Od ostalih informacija koje su se pojavljivale, istaknut ćemo informaciju o poznatim članovima vjerske zajednice koja se pojavila u dva slučaja. Tako na stranici župe Sv. Križa u Zagrebu<sup>20</sup> nalazimo na razgovore s poznatim ličnostima članovima župe (glumcima, književnicima i slično). Na stranici župe Sv. Barbare u Dražu<sup>21</sup> objavljen je tekst o otvaranju portala velečasnog Zlatka Sudca na kojemu će, osim njega, biti objavljeni i sadržaji koje će slati poznati političari, glumci, sportaši.

### 7.1.2. Informacije o vjerovanju

Druga kategorija, nazvana *informacije o vjerovanju*, služila je utvrđivanju učestalosti pojavljivanja informacija o vjerovanju, obredima i blagdanima na web stranicama vjerskih zajednica. Osim toga zanimalo nas je objavljuju li ove stranice religijske tekstove i o kakvim tekstovima se radi.

Tablica 4. Frekvencije varijabli u kategoriji *informacije o temeljnim vjerovanjima*

Informacije o vjerovanju	f	%
Religijski	120	65,2
Tekstovi		
1. Duhovne misli	89	61,4
2. Tekstovi o vjerskim ličnostima	46	25,0
3. Molitve	42	22,8
4. Standardi življenja vjernika	34	18,5
5. Svete knjige i spisi	22	12,0
6. Svjedočanstva	17	9,2
7. Misija vjerske zajednice	6	3,3
Temeljna vjerovanja	41	22,3
Obredi	37	20,1
Blagdani	17	9,2

Najzastupljeniji element iz ove kategorije odnosi se na religijske tekstove (javlja se u 65,2% slučajeva), a od njih najčešće se pojavljuju tekstovi nazvani *duhovne misli* (61,4%). U ovu kategoriju spadaju oni tekstovi kojima su izražene misli o vjeri, životu

<sup>20</sup> <http://www.zupa-svkriz.hr/> (24.7.2013.)

<sup>21</sup> [www.zupa-sv-barbare-draz.hr](http://www.zupa-sv-barbare-draz.hr) (31.7.2013.)

vjernika, moralnim vrijednostima i slično. Najrjeđe se pojavljuju tekstovi kojima se opisuje misija vjerske zajednice (3,3%) te svjedočanstva, bilo vjernika ili službenika vjerskih zajednica (9,2%).

Temeljna vjerovanja element su koji se pojavljuje na gotovo svim web stranicama netradicionalnih vjerskih zajednica (29 od 32), a tek u rijetkim slučajevima i na stranicama tradicionalnih vjerskih zajednica (12 od 152), dok su informacije o obredima i blagdanima zastupljenije kod kršćanskih nego kod nekršćanskih zajednica. U sljedećem poglavlju provjerit ćemo statističku značajnost ovih razlika.

### **7.1.3. Novosti vezane uz zajednicu**

U kategoriji nazvanoj *novosti vezane uz zajednicu* razlikovali smo tri podkategorije. Najzastupljenija od njih bila je podkategorija *izvještaji s događanja vezanih uz zajednicu ili organiziranih od strane zajednice* (N=139, 75,5%), a slijede *najave takvih događanja* (N=119, 64,7%). Vijesti i osvrti na događaje iz šire društvene zajednice koje se na neki način tiču vjerske zajednice pojavljuju se samo na 20 web stranica (10,9%). Na web stranicama kršćanskih vjerskih zajednica radi se uglavnom o komentarima nekih aktualnih zbivanja kojima je u to vrijeme pridavano mnogo medijskog prostora, a o kojima je Katolička Crkva više puta iskazivala svoj stav (uvođenje zdravstvenog odgoja u škole, građanska inicijativa *U ime obitelji*), dok na ostalima pronalazimo tek poneke komentare aktualnih zbivanja u Hrvatskoj (primjerice ulazak Hrvatske u Europsku uniju) ili u svijetu (poput izvještaja s područja pogođenih prirodnim katastrofama).

### **7.1.4. Multimedijalni sadržaj**

Četvrta kategorija odnosi se na multimedijalni sadržaj. To uključuje sve one tekstualne, audio, vizualne i audiovizualne sadržaje koje vjerske zajednice čine dostupnima korisnicima web stranica, bilo u digitalnom obliku, bilo da omogućuju narudžbu sadržaja putem web stranica. Tablično smo prikazali frekvencije varijabli iz te kategorije.

Tablica 5. Frekvencije varijabli u kategoriji *multimedijalni sadržaj*

Multimedijalni sadržaj	f	%
Galerija fotografija	137	74,5
Teme fotografija i slika	114	62,0
1. Fotografije građevina/mjesta okupljanja vjernika	112	60,9
2. Fotografije s okupljanja vjernika	48	26,1
3. Slike vjerske tematike (slike svetaca, vjerskih simbola i sl.)	47	25,5
4. Fotografije istaknutih članova zajednice/vjerskih službenika	127	69,0
Fotografije kao dodatak vijestima	120	65,2
Besplatno preuzimanje religijskih tekstova	61	33,2
Preuzimanje časopisa	53	28,8
Preuzimanje video sadržaja	35	19,0
Besplatno preuzimanje tekstualnih propovijedi i predavanja	24	13,0
Preuzimanje drugih audio sadržaja (propovijedi, predavanja i sl.)	18	9,8
Preuzimanje glazbe	14	7,6
Besplatno preuzimanje knjiga	12	6,5
Prodaja knjiga	11	6,0
Virtualna šetnja građevinama	3	1,6
Prodaja glazbenih CD-ova	3	1,6
Prodaja DVD-a	2	1,1
Prodaja časopisa		

Najčešći element su galerije fotografija koje se pojavljuju na 74,5% stranica. U tek nešto manjem broju fotografije se pojavljuju i kao dodatak različitim vijestima (69%). Zanimale su nas i teme tih fotografija te smo došli do zaključka da se podjednako pojavljuju fotografije građevina odnosno mjesta okupljanja vjernika te fotografije s okupljanja vjernika, bilo s održavanja obreda, hodočašća, prigodnih okupljanja povodom blagdana i slično. U manjem broju javljaju se fotografije istaknutih članova zajednice i vjerskih službenika te slike svetaca, vjerskih simbola, obuhvaćene nazivom *slike vjerske tematike*.

Od ostalih elemenata najzastupljenije je besplatno preuzimanje časopisa i glasila vjerske zajednice (33,2%) te dostupnost video sadržaja, bilo za besplatno preuzimanje ili gledanje online (28,8%). Najrjeđe se pojavljuju slučajevi prodavanja bilo koje vrste sadržaja.

Posebno zanimljiv element koji se javlja na web stranicama vjerskih zajednica su virtualne šetnje građevinama ili drugim prostorima od važnosti za vjersku zajednicu. Virtualna šetnja je simulacija prostora iz offline svijeta, obično nastala od niza video zapisa ili fotografija, s popratnim elementima poput glazbe, naracije, teksta. Ovakav prikaz građevina i drugih značajnih mjesta omogućuje korisniku istraživanje prostora i pruža mu osjećaj da se nalazi u njemu. Virtualnu šetnju zasad na svojim web stranicama pruža 11 vjerskih zajednica (6%).

### 7.1.5. Popratni sadržaj

Peta kategorija nazvana *popratni sadržaj* uključivala je dodatne alate kojima se upotpunjuju stranice kako bi pružile što kvalitetnije iskustvo svojim korisnicima ili kako bi im olakšale dolazak do traženih informacija. Slijedi tablica frekvencija na varijablama iz ove kategorije.

Tablica 6. Frekvencije varijabli u kategoriji *popratni sadržaj*

Popratni sadržaj	f	%
Poveznice na druge stranice	146	79,4
Mogućnost pretraživanja stranice	83	54,1
Karta s uputama za pronalaženje sjedišta vjerske zajednice	55	29,9
Brojač posjeta	45	24,5
Poveznice na profil zajednice na nekoj od društvenih mreža	34	18,5
Radio-streaming	15	8,2

Poveznice na druge stranice pokazale su se najzastupljenijim popratnim sadržajem web stranica, objavljuje ih 79,4% stranica. U istraživanjima i teorijskim radovima poveznice su često istaknute kao alat kojim kreatori web stranica proširuju spektar informacija dostupan korisnicima, čime im omogućuju i doživljavanje drugačijih iskustava. U istraživanju *The Internet Highway and Religious Communities: Mapping and Contesting Spaces in Religion-Online* govori se o gubitku kontrole nad informacijama na Internetu zbog dostupnosti ogromne količine različitih informacija. Međutim, postavljanjem poveznica na stranice koje su na neki način povezane s vjerskom zajednicom korisnika se upućuje da ostane u prostoru u kojemu će biti zaokupljen određenim informacijama za koje vjerska zajednica želi da dođu do njega (Cheong et al., 2009).

Na primjeru hrvatskih web stranica možemo razlikovati nekoliko vrsta poveznica. Tako na stranicama vjerskih zajednica i saveza vjerskih zajednica pronalazimo poveznice na organizacije i ogranke koji djeluju unutar vjerske zajednice ili saveza, ali i poveznice na stranice širih zajednica i organizacijskih oblika kojih su dio na svjetskoj razini. Na stranicama zajednica koje su u Hrvatskoj manje zastupljene i manje poznate u javnosti, često nailazimo na poveznice na stranice koje pružaju dodatne informacije o zajednici i njenom vjerovanju te na stranice na kojima su dostupni različiti religijski tekstovi i multimedijalni sadržaji. Na stranicama ogranaka vjerskih zajednica koji su teritorijalno određeni, nerijetko se pojavljuju poveznice na stranice vezane uz područje na kojem se nalaze, a ne direktno uz vjersku zajednicu (primjerice poveznice



na službene stranice grada u kojemu se nalaze). Osim toga, kao posebnu kategoriju razlikovali smo poveznice na profile vjerskih zajednica na društvenim mrežama koje objavljuje 18,5% zajednica. Time omogućuju korisnicima pristup potpuno drugačijem online prostoru koji dopušta visok stupanj interakcije među članovima.

Izdvojiti ćemo tri primjera stranica vjerskih zajednica i poveznica koje na njima nalazimo. Web stranica Hrvatske Biskupske Konferencije<sup>22</sup>, koja je službena stranica Katoličke Crkve u Hrvatskoj, sadrži poveznice na službene web stranice Svete Stolice i Europske Biskupske Konferencije, dakle na stranice viših organizacijskih oblika zajednice na svjetskoj razini. Slijede poveznice na organizacije u Hrvatskoj koje djeluju unutar Katoličke Crkve: Informativna katolička agencija, Hrvatski caritas, Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve, Ured za obitelj HBK, Ured za mlade HBK, Nacionalni katehetski ured. Zatim je tu i poveznica na web stranicu Hrvatskog katoličkog radija koja, među ostalim, nudi slušanje programa uživo. Za razliku od ove stranice, Baha'i vjerska zajednica<sup>23</sup>, koja u Hrvatskoj ima mali broj pripadnika, postavlja isključivo poveznice na djelovanje zajednice izvan Hrvatske. Treći primjer odnosi se na web stranicu Reformirane crkve Zagreb<sup>24</sup> na kojoj nalazimo tri poveznice na zajednicu koje je dio (Reformirana kršćanska kalvinska crkva u Hrvatskoj, u Europi i u svijetu), na portal *Reformacija.net* koji nudi različite tekstove o Bibliji, duhovnosti, reformaciji, vijesti, oglede, poeziju i slično, zatim poveznicu na Youtube kanal vjerske zajednice te poveznicu na službene stranice grada Zagreba i stranicu Hrvatske turističke zajednice.

Mogućnost pretraživanja stranice omogućuje korisniku lakše snalaženje na web stranicama, a pojavljuje se u 54% slučajeva. Rjeđe se pojavljuje karta s uputama za pronalaženje sjedišta zajednice (u 29,9% slučajeva) i brojač posjeta koji pruža informaciju o tome koliko je puta pristupljeno stranici ili koliko ljudi u svakom trenutku pretražuje stranicu, a kojeg ima 24,5% stranica. Ova informacija može biti korisna istraživačima jer pruža uvid u posjećenost stranice, ali i kreatorima jer na temelju toga mogu zaključivati o potrebi pružanja drugačijih, novih sadržaja i osuvremenjivanja stranice. Također, ova informacija može biti zanimljiva i samim korisnicima jer im

---

<sup>22</sup> [www.hbk.hr](http://www.hbk.hr) (18.7.2013.)

<sup>23</sup> <http://www.bahai.hr> (13.8.2013.)

<sup>24</sup> <http://www.rkczg.hr/> (5.8.2013.)

pokazuje da postoji određeni broj ljudi s kojima dijele neke iste poglede na život, vjerovanja ili interese.

*Radio streaming*, odnosno slušanje radio postaje uživo, element je iz kategorije *popratni sadržaji* koji se najrjeđe pojavljuje na ovim web stranicama (u 8,2% slučajeva). U ovu kategoriju smjestili smo one stranice koje imaju direktne poveznice na program uživo, ali i one koji imaju poveznice na stranice radio postaja koje onda pružaju mogućnost slušanja programa.

#### **7.1.6. Mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta**

Župa Svete Obitelji u Zagrebu piše sljedeće o svojoj web stranici:

*„Nakana je da ova web stranica, pored informativnog dijela bude u traženju nekoga s kojim će se dijeliti iskustva, u potrazi za „prijateljstvom“ i međusobnim povezivanjem svih župljana(...) Ovaj način komunikacije trebao bi pomoći, odnosno potaknuti sve nas da još više promišljamo o Bogu, o tome tko je moj „bližnji“ u mom okružju, u ovom svijetu? Upravo ovim načinom prenošenja poruke, povezivanja i komuniciranja među župljanima otvorit će mogućnost bržeg iznošenja prijedloga, dobronamjerne kritike kao i prikazivanja rada u našoj župi. Zato su pozvani svi župljani i ostali dobre ljudi volje da se uključe i iznesu svoja promišljanja te se međusobno povežu, a što u konačnici može pridonijeti plodonosnijem radu i životu župe.“<sup>25</sup>*

Ono što spomenuta web stranica dopušta u vidu sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta jest online anketa i mogućnost registracije korisnika čime se upisuju na popis članova. Također nudi adresu elektronske pošte na koju korisnici mogu slati svoje prijedloge, kritike i tako dalje.

Upravo smo postojanje ovih elemenata, ali i još nekih, nastojali utvrditi uvodeći posljednju kategoriju nazvanu *mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta*. U nastavku slijedi prikaz frekvencija postignutih na varijablama iz ove kategorije .

---

<sup>25</sup> [http://www.zupa-svete-obitelji.hr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=45:zupna-web-stranica&catid=1:latest-news](http://www.zupa-svete-obitelji.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=45:zupna-web-stranica&catid=1:latest-news) (24.7.2013.)

Tablica 7. Frekvencije varijabli u kategoriji *mogućnosti sudjelovanja korisnika*

Mogućnosti sudjelovanja korisnika	f	%
Registracija korisnika	27	14,7
Mogućnost komentiranja sadržaja	12	6,5
Online anketa	9	4,9
Knjiga gostiju/dojmova	9	4,9
Mogućnost ocjenjivanja sadržaja	5	2,7
Prijava na listu za dopisivanje	4	2,2
Forum	4	2,2

Registracija korisnika najčešći je element koji se pojavljuje na ovim stranicama, iako se ona javlja u tek 27 slučajeva. Registracijom na web stranicu korisniku se otvaraju nove mogućnosti, poput komentiranja, ocjenjivanja sadržaja i primanja obavijesti putem elektronske pošte. Najviše mogućnosti za sudjelovanje korisnika pruža stranica župe Uznesenja Blažene Djevice Marije u Mariji Bistrici<sup>26</sup> na kojoj registracija omogućuje korisniku komentiranje sadržaja, ali i objavljivanje vijesti i fotogalerija.

Što se tiče ostalih elemenata iz ove kategorije, vidimo da se svi oni rijetko javljaju, u manje od 10% slučajeva. Daljnjim uvidom u rezultate vidimo da 37 web stranica (20,1%) ima samo jedan element iz ove kategorije, njih 9 (4,9%) ima dva, dok 5 stranica (2,7%) ima 3 elementa iz ove kategorije. Dakle, ukupno 51 stranica (27,7%) pruža barem jednu od mogućnosti za sudjelovanje korisnika u životu zajednice online.

Osim ranije definiranih, tijekom analize uočeni su još neki elementi. Najčešći takav element bila je knjiga gostiju (ponekad nazvana knjigom dojmova ili spomenarom). Ona predstavlja prostor koji omogućuje korisnicima (registriranim članovima ili *gostima* – neregistriranim korisnicima) objavu svog dojma o web stranici koju su posjetili. Iako je to možda bila prvotna namjena kreatora web stranica, ovakve knjige dojmova nisu tematski ograničene samo na dojmove o stranici, nego dopuštaju korisnicima pisanje o različitim temama, što se ponegdje i koristi na takav način. U nekim slučajevima ovakve knjige dojmova više podsjećaju na forume jer korisnici odgovaraju jedni drugima i tako koriste ovaj prostor, isprva nenamijenjen za komunikaciju članova, upravo za tu svrhu.

<sup>26</sup> [www.svetiste-mbb.hr](http://www.svetiste-mbb.hr) (24.7.2013.)

Forum župe Sv. Josipa<sup>27</sup> u Splitu ima ukupno otvorenih 9 tema i 111 poruka koje se sve tiču ili djelovanja zajednice (humanitarne akcije i crkveni zbor) ili uređenja web stranice. Korisnici ne koriste ovaj prostor za razgovor o vjeri ili razmjenu iskustava, nego za dogovore o organizacijskim pitanjima same zajednice. Drugačiju situaciju uočavamo na forumu župe Presvetog Srca Isusovog u Vinkovcima<sup>28</sup> gdje je pokrenut forum sa sljedećim kategorijama: Biblija, sakramenti, nekršćanske sekte i druge religije, kršćani na drugi način, bogoslužje, pokreti u crkvi, molitva i kategorija ostalo. Ovaj forum dosad ima ukupno 3 teme i 17 poruka u kategoriji *molitva* te 2 teme i 9 poruka u kategoriji *ostalo*. Ipak, sve poruke na ovom forumu objavljene su od istog korisnika pa ni ovdje forum nije prepoznat kao prostor za međusobnu komunikaciju vjernika.

Postoje još dva foruma, jedan vjerske zajednice Riječ života<sup>29</sup>, a drugi njenog riječko-pulskog ogranka<sup>30</sup>. Prvi ima ukupno 7 tema i 43 odgovora na njih, od kojih su svi nastali tijekom 2008. godine. Od ovih sedam tema jedna je prva, probna tema, jedna se tiče tehničke obavijesti vezane uz forum, dvije su teme razgovori o samom forumu, a jedna je obavijest o svjedočanstvu objavljenom na stranici. Preostale dvije teme su razgovori o vjeri i razmjena mišljenja korisnika. Drugi forum ima 12 tema i 3 odgovora na teme. Od toga je jedna tema započeta kako bi se potaknulo korisnike na razmišljanje i razgovor o jednom stihu iz Biblije, ali samo je jedan korisnik izrazio svoje mišljenje o temi. Ostale teme su zapravo kratke pohvale kvalitete web stranice, jedna poveznica na dokumentarni film, jedan poziv za slanje svjedočanstava iz kampa koji je organizirala zajednica te tri stiha iz Biblije na koje nema reakcija korisnika.

Knjige dojmova pojavljuju se isključivo na stranicama župa Katoličke Crkve. Ono što posjetitelji pišu u svojim porukama uglavnom se odnosi na pohvale web stranice i prijedloge za njeno poboljšanje, pozdrave, čestitanje blagdana te kratke molitve i blagoslove upućene svim članovima župe. Dvije knjige dojmova izgledaju više kao forumi budući da se putem njih vode razgovori između nekoliko stalnih korisnika. Ovi razgovori se nastavljaju već niz godina: slučaju web stranice župe Sv.

---

<sup>27</sup> [www.zupa-mertojak.info](http://www.zupa-mertojak.info) (26.7.2013.)

<sup>28</sup> [www.srece-isusovo.com](http://www.srece-isusovo.com) (31.7.2013.)

<sup>29</sup> <http://www.rjeczivota.hr> (8.8.2013.)

<sup>30</sup> <http://www.slijedisusa.com/> (8.8.2013.)

Antuna Padovanskog u Podvinju<sup>31</sup> razgovor je započeo 2008. godine i još traje, dok u slučaju župe Sv. Jurja mučenika u Svetom Đurđu Ludbreškom<sup>32</sup> razgovor traje od 2004. godine i dosad ima preko 2000 poruka. Razgovori u ove dvije knjige dojmova uključuju već navedene teme, ali i obavijesti o aktivnostima župe, komentare različitih događanja u župi te razgovore o temama zajedničkim korisnicima koje nisu vezane uz samu župu ili uz vjeru. Osim ove dvije, ističe se i knjiga dojmova na stranici župe Sv. Križa u Zagrebu<sup>33</sup> koja je uređena tako da korisnici šalju pisma, razglednice i elektronsku poštu na adresu župe, a zatim administratori stranica objavljuju poslane materijale, ponekad uz komentar ili odgovor na pitanje iz pisma. Ovdje se zasigurno radi o najraznovrsnijim temama i sadržajima. Korisnici šalju neke svoje misli, molitve, pjesme, slike, razglednice, postavljaju pitanja, pišu o svojim iskustvima. Česta su pisma vjernika koji žive izvan Hrvatske koji pišu o iskustvima u inozemstvu i uspoređuju ih s onima u Hrvatskoj.

Komentiranje sadržaja je još jedan način na koji korisnici mogu komunicirati jedni s drugima. Ne samo da mogu komentirati sadržaj, nego imaju i mogućnost u komentaru napisati bilo što vezano ili nevezano uz temu samog sadržaja i, ukoliko postoji interes kod drugih članova, voditi raspravu sličnu onoj na forumu ili u knjizi dojmova. Ipak, na analiziranim stranicama mogućnost komentiranja sadržaja nije često korištena, a i kad jest, to se svodi na kratke komentare sadržaja stranice ili naknadne obavijesti o temi.

Od ostalih elemenata koje smo uočili na ovakvim stranicama tu su poveznice na blogove. U slučaju web stranice Riječke nadbiskupije<sup>34</sup> radi se o blogu nadbiskupije, dok se u slučaju web stranice Dubrovačke biskupije<sup>35</sup> radi o blogu biskupa. Ovi blogovi pružaju mogućnosti koje web stranice ovih zajednica ne pružaju, poput komentiranja i ocjenjivanja sadržaja. Zatim, na web stranici Baptističke crkve Mačkovec<sup>36</sup> postoji poziv korisnicima da šalju zahtjeve za molitvama. Slanje zahtjeva za molitvom element je o kojem se često piše u teorijskim i empirijskim radovima kad se nastoji utvrditi

---

<sup>31</sup> [www.podvinje.org](http://www.podvinje.org) (31.7.2013.)

<sup>32</sup> [www.sveti-juraj.org](http://www.sveti-juraj.org) (25.7.2013.)

<sup>33</sup> <http://www.zupa-svkriz.hr/> (24.7.2013.)

<sup>34</sup> <http://ri-nadbiskupija.com> (29.7.2013.)

<sup>35</sup> <http://www.dubrovacka-biskupija.hr/portal/> (29.7.2013.)

<sup>36</sup> <http://www.bcmackovec.com/> (7.8.2013.)

može li se on smatrati elementom *online religije*. U jedinom slučaju na koji smo naišli analizom sadržaja web stranica radi se o pozivu vjernicima da svoje zahtjeve šalju putem elektronske pošte.

*„Molitva je prekrasan način na koji možemo pomagati jedni drugima. Ako biste htjeli da molimo za vas, ako želite da molimo za vaše potrebe, bolest, probleme ili pak želite da zahvalimo Bogu za ono što je učinio u vašem životu slobodno nam se javite. Bog može učiniti nevjerojatne stvari kroz molitvu, stoga ako želite da molimo za vas, javite nam se i bit će nam drago pomoći ovim putem.“<sup>37</sup>*

Ovdje se radi o nama nedostupnim i nepoznatim privatnim razgovorima između vjernika i predstavnika vjerske zajednice, ukoliko vjernici uopće koriste ovu mogućnost. Dolazimo do istog zaključka kao i Helland (2005.) da, budući da ne postoji način evaluacije ovakve aktivnosti vjernika, ne možemo procijeniti radi li se o *online religiji*.

#### **7.1.7.Ostali nalazi**

Zanimalo nas je na kojim su stranicama zastupljeni sadržaji iz najmanje, odnosno iz najviše podkategorija. Kako bismo to provjerili konstruirali smo indeks zbrajanjem vrijednosti postignutih na svim ispitivanim varijablama. Na dobivenom indeksu veća vrijednost označava veći broj zastupljenih kategorija na web stranici, a maksimalna vrijednost koju web stranica može postići iznosi 51. Rezultati su pokazali da je minimalna postignuta vrijednost 3, a maksimalna 29, dok je prosječan rezultat svih web stranica na ovom indeksu  $\bar{x}=14,48$ .

Stranice s najmanjim brojem elemenata su stranica Baptističke Crkve Pušćine<sup>38</sup> koja ima kontakt informacije, jednu poveznicu i fotografiju crkve te stranica župe Sv. Nikole Tavelića u Županji<sup>39</sup> koja pruža tekst o svecu, dvije slike, kontakt informacije i 7 poveznica na druge stranice. Ove dvije stranice kreirane su s ciljem pružanja osnovnih,

---

<sup>37</sup> [http://www.bcmackovec.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=58&Itemid=73](http://www.bcmackovec.com/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=73) (7.8.2013.)

<sup>38</sup> [www.bcpuscine.org](http://www.bcpuscine.org) (7.8.2013.)

<sup>39</sup> [www.zupa-nikole-tavelica.hr](http://www.zupa-nikole-tavelica.hr) (31.7.2013.)

kontakt informacija o zajednici, a sve ostalo što ih zanima korisnici mogu pitati slanjem elektronske pošte ili posjetom sjedišta zajednice. Sadržaje iz najvećeg broja kategorija ima stranica Crkve cjelovitog evanđelja<sup>40</sup> koja nudi elemente iz 29 ispitivanih kategorija, a osim ispitivanih sadržaja, ova stranica pruža i mogućnost preuzimanja članske pristupnice u zajednicu, koja se ispiše i pošalje poštom predstavniku vjerske zajednice.

Od ostalih elemenata koje smo uočili na ovim stranicama, a koji nisu bili predviđeni matricom za analizu, tu je online prijava za krštenja koju nudi župa Sv. Jelene Križarice u Katsvu<sup>41</sup> a koju ispunjavaju roditelji koji žele krstiti svoju djecu u ovoj župi. Župa Blažene Djevice Marije Kraljice apostola u Zaprešiću<sup>42</sup> na svojim stranicama ima formular za upis novih obitelji ili pojedinaca među članove župe. Potiče se nove stanovnike područja koje obuhvaća ova župa da se upišu, ali se moli i upisane članove da potaknu nove stanovnike na upis. Iako je i prijavu djeteta za krštenje i upis na popis članova župe moguće obaviti osobnim posjetom župnom uredu, postavljanjem navedenih mogućnosti online ovi procesi su pojednostavljeni i organizirani tako da korisniku oduzimaju što manje vremena, a župnom uredu se elektronskom poštom dostave sve potrebne informacije.

---

<sup>40</sup> <http://www.cce.hr> (6.8.2013.)

<sup>41</sup> [www.kastav-crkva.com](http://www.kastav-crkva.com) (29.7.2013.)

<sup>42</sup> [www.mka.hr](http://www.mka.hr) (18.7.2013.)

## 7.2. PROVJERA HIPOTEZA

Kako bismo provjerili postavljene hipoteze, bilo je potrebno prethodno konstruirati jednostavne, neponderirane indekse za šest kategorija, budući da smo testirali hipoteze o razlikama u vrijednostima koje svaka od zajednica ima za svaku od kategorija, a ne na svakoj od varijabli. Zato smo kreirali indekse na kojima svaka zajednica postiže određenu vrijednost ovisno o tome koliko elemenata iz jedne kategorije ima na svojim stranicama. Budući da smo testirali razlike između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica, konstruirali smo novu varijablu u kojoj su odgovarajuće kategorije varijable *kategorija vjerske zajednice* bile spojene na način da nova varijabla ima samo dvije kategorije: 1 - tradicionalna vjerska zajednica i 2 - netradicionalna vjerska zajednica. Ukupan broj stranica tradicionalnih vjerskih zajednica iznosi  $N=152$  (82,6%), dok netradicionalnih ima  $N=32$  (17,4%). S obzirom na veliku razliku u veličini grupa između kojih smo testirali razlike, potrebno je naglasiti da o dobivenim razlikama treba zaključivati s određenom dozom opreza.

Nakon toga proveli smo t-testove za nezavisne uzorke u kojima su testne varijable bili dobiveni indeksi, a klasifikatorska varijabla bila je nova varijabla - *kategorija vjerske zajednice (tradicionalna-netradicionalna)*. Slijede rezultati provjere svake od hipoteza.

Najprije smo željeli provjeriti postoji li statistički značajna razlika između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u prosječnom broju elemenata iz kategorije *informacije o zajednicama* postavljenih na službene web stranice.

Indeks *informacija o zajednici* konstruiran je zbrajanjem vrijednosti 1 u matrici, a koje su označavale prisutnost pojedinog elementa. Varijable koje tvore ovaj indeks su: povijest zajednice u svijetu, povijest zajednice u Hrvatskoj, ustroj zajednice, organizacije unutar zajednice, aktivnosti zajednice, humanitarno djelovanje, nereligijski programi, informacije o glavnom članu, popis vjerskih službenika, dokumenti, informacija o financiranju, donacije, popis mjesta okupljanja, raspored bogoslužja, informacija o postajanju članom zajednice, statistika zajednice te kontakt informacije. Kategorije koje su se odnosile na prisutnost specifičnih dokumenata nismo uključili u indeks jer za ovo testiranje smatramo dovoljnom informaciju o postojanju dokumenata na web stranicama.



Maksimalna moguća vrijednost koju jedna stranica vjerske zajednice može imati na ovom indeksu je 17, pri čemu veća vrijednost indicira zastupljenost većeg broja elemenata iz kategorije *informacije o zajednici*. Aritmetička sredina rezultata svih web stranica na ovom indeksu iznosi  $\bar{x}=7,46$ .

Na razini rizika 5% testirali smo statističku značajnost razlike prosječnih rezultata na varijabli *indeks informacija o vjerovanju* sljedećih dviju skupina – stranice tradicionalnih i stranice netradicionalnih vjerskih zajednica. Leveneov test homogenosti varijanci pokazao je da su varijance dviju grupa homogene ( $F=0,018$ ;  $p>0,05$ ). T-testom potvrđena je nulta hipoteza, odnosno pokazalo se da t-omjer nije statistički značajan ( $t_{(182)}=-0,312$ ;  $p>0,05$ ). Zaključujemo da ne postoji statistički značajna razlika u broju elemenata iz kategorije *informacije o zajednici* koje stranice tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica objavljuju na svojim stranicama.

Sljedeća hipoteza odnosila se na nepostojanje statistički značajne razlike između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u prosječnom broju elemenata iz kategorije *informacije o temeljnim vjerovanjima* postavljenih na službene web stranice.

Drugi indeks (*indeks informacija o vjerovanju*) nastao je zbrajanjem vrijednosti sljedećih varijabli iz kategorije *informacije o vjerovanju*: informacije o temeljnim vjerovanjima, informacije o obredima, informacije o blagdanima te one vrste religijskih tekstova koji pružaju informacije o vjerovanju a to su svete knjige i spisi, standardi življenja vjernika i tekstovi o vjerskim ličnostima. Maksimalna vrijednost koju stranica vjerske zajednice može imati na ovom indeksu iznosi 6, a aritmetička sredina rezultata svih web stranica na ovom indeksu je  $\bar{x}=1,07$ .

Testirali smo, na razini rizika 5%, statističku značajnost razlike prosječnih rezultata na varijabli *indeks informacija o zajednici* između skupine *stranice tradicionalnih vjerskih zajednica* i skupine *stranice netradicionalnih vjerskih zajednica*. Leveneov test homogenosti varijanci pokazao je da varijance ovih dvaju skupina nisu homogene ( $F=6,407$ ;  $p<0,05$ ). T-testom za nehomogene varijance odbačena je nulta hipoteza, odnosno t-omjer je statistički značajan ( $t_{(37,787)}=-7,578$ ;  $p<0,05$ ). S obzirom na negativni predznak t-omjera, a i uvidom u aritmetičke sredine skupina ( $\bar{x}_1=0,79$ ;  $\bar{x}_2=2,41$ ), zaključujemo da treba prihvatiti sljedeću alternativu hipotezu: netradicionalne

vjerske zajednice na svojim službenim web stranicama objavljuju statistički značajno više informacija o vjerovanju nego tradicionalne vjerske zajednice.

Trećom hipotezom ispitivali smo statističku značajnost razlike u prosječnom broju elemenata iz kategorije *novosti* na službenim web stranicama tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica.

*Indeks novosti vezanih uz zajednicu* sastoji se od zbroja vrijednosti postignutih na trima varijablama iz ove kategorije: najave različitih događanja vezanih uz zajednicu ili organiziranih od strane zajednice, izvještaji s tih događanja te vijesti i osvrti na događaje iz društvenog života šire zajednice koji se na neki način tiču zajednice. Maksimalna vrijednost koju jedna stranica može postići na ovom indeksu jest 3, a aritmetička rezultata svih web stranica sredina iznosi  $\bar{x}=1,51$ .

Na razini rizika 5%, testirali smo hipotezu o nepostojanju statistički značajne razlike u prosječnim rezultatima na ovoj varijabli među stranicama tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica. Leveneov test homogenosti varijanci pokazao je da varijance nisu homogene ( $F=8,514$ ;  $p<0,05$ ). T-test za nehomogene varijance pokazao je da t-omjer nije statistički značajan ( $t_{(39,199)}=0,819$ ;  $p>0,05$ ). Prihvaćamo nultu hipotezu o nepostojanju statistički značajne razlike između testiranih vrijednosti.

Sljedeća hipoteza koju smo željeli provjeriti odnosila se na postojanje statistički značajne razlike u dostupnosti multimedijalnih sadržaja između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica.

Četvrti indeks konstruiran je zbrajanjem vrijednosti na varijablama iz kategorije *multimedijalni sadržaj*, a to su varijable nazvane: galerija fotografija, virtualna šetnja građevinama, besplatno preuzimanje knjiga, tekstualnih propovijedi, religijskih tekstova, časopisa, glazbe, drugih audio sadržaja (propovijedi, predavanja), video sadržaja, prodaja knjiga, časopisa, audio zapisa (glazbe) te video zapisa (filmovi, snimke koncerta i sl.). Maksimalna vrijednost koju stranica može postići na ovom indeksu je 13. Aritmetička sredina rezultata svih web stranica iznosi  $\bar{x}=2,68$ .

Na razini rizika 5% testirali smo usmjerenu alternativnu hipotezu da netradicionalne vjerske zajednice na svojim stranicama objavljuju statistički značajno više vrsta sadržaja iz ove kategorije nego tradicionalne vjerske zajednice. Leveneov test

homogenosti varijanci pokazao je da varijance nisu homogene ( $F=6,154$ ;  $p<0,05$ ). T-test za nehomogene varijance pokazao je da je razlika među skupinama statistički značajna ( $t_{(38,574)}=-2,733$ ;  $p<0,05$ ). Aritmetička sredina druge skupine veća je od one prve skupine ( $\bar{x}_1=2,49$ ;  $\bar{x}_2=3,56$ ) što znači da prihvaćamo alternativnu hipotezu i zaključujemo da netradicionalne vjerske zajednice na svojim stranicama objavljuju statistički značajno više elemenata iz kategorije *multimedijalni sadržaj* nego tradicionalne vjerske zajednice.

Zatim smo provjerili postoji li statistički značajna razlika između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u postavljanju popratnih sadržaja na web stranice.

Sljedeći indeks nazvan *indeks popratnih sadržaja*, sastoji se od zbroja rezultata na svim varijablama iz kategorije *popratni sadržaji*, a to su sljedeće: mogućnost pretraživanja stranice, poveznice na profile zajednice na društvenim mrežama (primjerice Facebook i Twitter), poveznice na druge stranice, brojač korisnika, karta s uputama za pronalaženje sjedišta zajednice, online pristup radio stanici vjerske zajednice (radio streaming).

Maksimalna vrijednost koju stranica može postići na ovom indeksu jest 6, a aritmetička sredina rezultata svih web stranica iznosi  $\bar{x}=2,05$ .

Testirali smo, na razini rizika 5%, nultu hipotezu o nepostojanju statistički značajne razlike prosječnih rezultata na ovoj varijabli među dvjema skupinama stranica. Leveneov test homogenosti varijanci pokazao je da su varijance homogene ( $F=0,909$ ;  $p>0,05$ ), a t-test za homogene varijance da t-omjer nije statistički značajan ( $t_{(182)}=-0,044$ ;  $p>0,05$ ). Prihvaćamo nultu hipotezu o nepostojanju statistički značajne razlike među testiranim vrijednostima.

Posljednja hipoteza koju smo postavili u ovom radu odnosila se na postojanje statistički značajne razlike između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u pružanju mogućnosti korisnicima za sudjelovanje u životu zajednice online.

Posljednji indeks konstruiran je zbrajanjem vrijednosti postignutih na varijablama iz kategorije *mogućnost sudjelovanja korisnika*: registracija korisnika, mogućnost komentiranja sadržaja, mogućnost ocjenjivanja sadržaja ili stranica, prijava na listu za dopisivanje, forum i online anketa. Budući da smo tijekom istraživanja otkrili

postojanje *knjige dojmova* na nekim stranicama, uključili smo i tu varijablu u ovaj indeks. S obzirom na to, maksimalna vrijednost koju stranica može postići na ovom indeksu je 7. Aritmetička sredina rezultata svih web stranica iznosi  $\bar{x}=0,38$ .

Na razini rizika 5% testirali smo usmjerenu alternativnu hipotezu da netradicionalne vjerske zajednice na svojim stranicama pružaju više mogućnosti za sudjelovanje korisnika od tradicionalnih, odnosno da imaju veći broj elemenata iz kategorije *mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta*. Leveneov test homogenosti varijanci pokazao je da su varijance homogene ( $F=1,834$ ;  $p>0,05$ ). T-test za homogene varijance pokazao je da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rezultatima dviju skupina na varijabli *indeks mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta* ( $t_{(182)}=-0,777$ ;  $p>0,05$ ). Stoga odbacujemo postavljenu alternativnu hipotezu i prihvaćamo nultu hipotezu o nepostojanju razlike među testiranim vrijednostima.

## 8. RASPRAVA

Analiza sadržaja, koju smo proveli i čije smo rezultate ovdje prezentirali, imala je definirana tri cilja istraživanja. Prvi cilj odnosio se na utvrđivanje svih vrsta sadržaja koji se pojavljuju na web stranicama te ispitivanje učestalosti njihova pojavljivanja. Matrica za analizu sadržaja konstruirana na temelju pregleda relevantne literature i inicijalnog istraživanja, nadopunjena je jednom novom kategorijom koja se tijekom istraživanja pokazala zastupljenom, a to je kategorija *knjiga dojmova*. Ostali elementi koji su se pojavljivali na nekim stranicama bili su izolirani slučajevi koje smo u rezultatima komentirali, ali ih nismo uključili u kasniju statističku analizu podataka. S druge strane, neke kategorije koje smo predvidjeli na temelju rezultata ranijih istraživanja i relevantne literature (Larsen 2000, Young, 2004, Helland 2005, Cheong et al., 2009 i drugi), nisu se pokazale zastupljenima na ovim stranicama (primjerice tekstovi usmjereni prema drugim vjerskim zajednicama). Analiza sadržaja pokazala je koliko se često pojavljuju sadržaji iz ostalih kategorija.

Drugi cilj odnosio se na utvrđivanje postojanja razlika u učestalosti pojavljivanja određenih vrsta sadržaja između web stranica tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica. Pretpostavka je bila da vjerske zajednice koje su manje poznate ili na određenom području imaju manji broj pripadnika, u većoj mjeri koriste Internet kao sredstvo informiranja vjernika i njihove međusobne komunikacije, nego veće ili više poznate vjerske zajednice.

Provjerom hipoteza došli smo do zaključka da statistički značajne razlike postoje u dva slučaja. Prvi se odnosi na razlike u zastupljenosti sadržaja iz kategorije *informacije o temeljnim vjerovanjima*. T-testom utvrdili smo da se sadržaji kojima se informira zainteresirane pojedince o temeljnim vjerovanjima, blagdanima i obredima češće pojavljuju na stranicama netradicionalnih vjerskih zajednica. Netradicionalne vjerske zajednice uključuju kršćanske i nekršćanske nove religijske pokrete te vjerske zajednice koje nisu tradicionalno prisutne na ovim prostorima (primjerice budizam, hinduizam). Postojanje statistički značajne razlike u ovoj kategoriji možemo objasniti upravo njihovom potrebom da pruže što više informacija zainteresiranim pojedincima

putem Interneta s obzirom na to da im se u drugim medijima, barem na razini Hrvatske, posvećuje manje pažnje nego većim, tradicionalno prisutnim vjerskim zajednicama.

Postavlja se pitanje zašto se ova razlika ne javlja u drugoj kategoriji vezanoj uz informacije, u kategoriji *informacije o zajednici*. Jedan dio odgovora na ovo pitanje pronalazimo u uočenom uobičajenom sadržaju, ali i dizajnu web stranica vjerskih zajednica. Od službenih stranica vjerskih zajednica očekuje se da pruže barem neke osnovne informacije o zajednici te kontakt informacije. Što se dizajna tiče, u većini slučajeva početna stranica rezervirana je za poruku dobrodošlice i kratku informaciju o zajednici (primjerice, otkad postoji ili na kojem području djeluje) ili za novosti iz života zajednice. Praćenjem poveznica pristupa se ostalim stranicama (eng. *web page*) koje su podijeljene u slične kategorije (*o nama, aktivnosti, kontakt, novosti, galerije* i slično).

Drugi dio odgovora moguće je pronaći u samom sadržaju ovih informacija koji smo definirali na početku. To su informacije o povijesti, ustroju, organizacijama i aktivnostima zajednice, zatim su tu rasporedi održavanja bogoslužja, popisi mjesta okupljanja i kontakt informacije. Sve su ovo informacije koje su i u slučaju tradicionalnih vjerskih zajednica pronašle svoje mjesto na Internetu jer on pruža najbrži i najjednostavniji način pružanja informacija zainteresiranim pojedincima. Ove informacije koristit će i korisnicima koji su već članovi vjerske zajednice jer će saznati kad se održava bogoslužje, kako mogu donirati sredstva svojoj zajednici, kome se i kako moraju obratiti ako se žele vjenčati i slično. S druge strane, ove informacije koriste članovima koji su u potrazi za novim mjestom okupljanja svoje vjerske zajednice jer su se, primjerice, preselili u novi grad ili pak onima koji se žele uključiti u humanitarne aktivnosti, zbor, meditacijsku grupu i slično. Budući da se pokazalo da nema razlike u postavljanju ovih informacija, zaključujemo da tradicionalne i netradicionalne vjerske zajednice jednako teže prezentiranju zajednice, dok informacijama o vjerovanju netradicionalne zajednice posvećuju više pažnje i prostora od tradicionalnih, što možemo objasniti njihovom težnjom za upoznavanjem šire zajednice sa svojim vjerovanjima.

Druga kategorija koja se pokazala statistički značajno različitom odnosi se na *multimedijalni sadržaj*. Netradicionalne vjerske zajednice imaju više prosječne rezultate i na ovom indeksu, odnosno one objavljuju više sadržaja smještenih u ovu kategoriju

nego stranice tradicionalnih vjerskih zajednica. Budući da se u većini slučajeva radi o službenim stranicama zajednice namijenjenima svim članovima u Hrvatskoj, pretpostavka je da su njihovi članovi fizički udaljeni i ne mogu sudjelovati u svim okupljanjima i aktivnostima zajednice. Postavljanjem fotografija s okupljanja, audio i video snimki okupljanja, predavanja i seminara, omogućuje se korisnicima da na ovaj način dožive djelovanje svoje zajednice. Osim toga, ova kategorija uključuje i besplatno preuzimanje, čitanje, gledanje i slušanje ovih sadržaja te njihovu kupovinu putem online narudžbi. Primjerice, Katolička Crkva u Hrvatskoj ima izdavačke kuće i niz trgovina u kojima je moguće kupiti najnovija izdanja knjiga religijske tematike ili ih naručiti online sa stranica izdavačke kuće, a ne direktno sa stranica vjerske zajednice. Drugačiji primjer nalazimo kod manjih zajednica. Primjerice, Crkva Isusa Krista svetaca posljednjih dana, čiji su članovi poznatiji pod nazivom *mormoni*, u Hrvatskoj ne pronalazi drugi način za prodaju materijala nego da pruža svojim korisnicima mogućnost narudžbe knjiga ili časopisa online.

Posljednji cilj koji smo definirali na početku, odnosi se na prepoznavanje i opisivanje elemenata *religije online* i *online religije* na analiziranim web stranicama.

Sve analizirane stranice pružanjem informacija o zajednici i njenim vjerovanjima te postavljanjem multimedijalnih sadržaja predstavljaju *religiju online*. Od ukupno analizirane 184 stranice, njih 133 (72,3%) ne pruža nikakve mogućnosti za sudjelovanje korisnika u radu zajednice online, bilo svojim komentarima, prijedlozima ili sudjelovanju u raspravama putem Interneta. Stoga ove stranice predstavljaju čiste primjere *religije online*, dok ostale uz *religiju online* pružaju i neke elemente *online religije*.

Međutim, kao što smo vidjeli u teorijskom dijelu rada, autori koji se bave ovim područjem nisu složni u određivanju što se točno može smatrati *online religijom* (Helland, 2002, 2005; Young, 2004; Cowan, 2007). Ono što mi možemo učiniti jest iznijeti primjere na koje smo naišli te argumentirati zašto bi se i po kojim kriterijima ti primjeri mogli smatrati *online religijom*, a po kojima ne.

Helland tvrdi da bi idealna *online religija* pružala i informacije i prostor za interakciju korisnika (Helland, 2005). Interakcija među korisnicima zbiva se na za to uređenim prostorima: forumi, knjige gostiju, komentari i liste za dopisivanje. Ostali

elementi iz kategorije *mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta* svode se na mogućnost ostavljanja traga putem ocjenjivanja sadržaja, ispunjavanja ankete ili registracije na web stranicu. Registracija je u nekim slučajevima nužna za komentiranje i ocjenjivanje sadržaja, ali javljaju se i slučajevi u kojima je to moguće bez registracije, kao i oni u kojima registracija znači samo upisivanje na popis članova.

Ranije smo dali pregled učestalosti pojavljivanja svakog od ovih prostora za interakciju. Ukupno 25 stranica korisnicima nudi po jedan element iz kategorije *mogućnosti za sudjelovanje u životu zajednice putem Internet*, dok dvije stranice imaju po dva elementa iz ove kategorije. Prema ranije navedenom kriteriju o postojanju prostora za interakciju, mogli bismo zaključiti da 27 stranica predstavlja primjer *online religije*. Međutim, da bi se neki oblik pojave religije na Internetu ostvario kao *online religija* potrebno je da korisnici u njemu prepoznaju i iskoriste mogućnosti za prakticiranje religije online. Kod njih treba postojati percepcija da Internet ne predstavlja samo sredstvo komunikacije, već i prostor u kojemu se ta komunikacija može odvijati (Helland, 2002, 2005).

Kad uzmemo u obzir i ovaj kriterij i proučimo koliko se često i kako koriste mogućnosti za interakciju, dolazimo do drugačijih zaključaka. Najprije vidimo da se mogućnost komentiranja koristi jako rijetko, a ako se i koristi onda služi kratkom komentiranju sadržaja ili eventualno obavješćavanju o nečemu vezanom uz sadržaj. Zatim, liste za dopisivanje pojavljuju se u pet slučajeva (2,7% od ukupnog broja analiziranih web stranica). Budući da nemamo uvid u njihov sadržaj, ne možemo zaključivati o tome koriste li se na način koji bismo mogli okarakterizirati kao *online religiju*. Isto se događa s jedinim primjerom slanja zahtjeva za molitvom za koji smo već ranije zaključili da predstavlja oblik komunikacije jedan-na-jedan te nemamo načina za utvrditi radi li se o *online religiji*. Preostaju nam forumi i knjige dojmova čije smo teme i učestalost korištenja ranije komentirali.

U ranijem prikazu tema i učestalosti korištenja foruma na stranicama vjerskih zajednica, došli smo do nalaza da se ovi forumi jako rijetko koriste. Iako postoje na stranicama i svatko im može pristupiti, oni nisu prepoznati kao prostor za razgovor o vjeri ili razmjeni iskustava i mišljenja o vjerskim temama. Samo smo na jednom



forumu, na stranici vjerske zajednice Riječ života<sup>43</sup>, naišli na razgovor o vjeri koji je imao nekoliko sudionika koji su razmjenjivali svoja mišljenja. Tema je nazvana *Što je istina?*, a kroz 10 poruka šestero korisnika pruža svoje različite odgovore i mišljenja. Ovo je jedini primjer u kojemu forum prepoznajemo kao manifestaciju *online religije*. Slično kao u Hellandovom primjeru razgovora o molitvama, i ovdje se radi o iskrenim izrazima religijskih vjerovanja smještenih u interaktivno okruženje Interneta. Međutim ovo je jedina ovakva tema na ovom forumu, a razgovor se odvijao tijekom svibnja 2008. godine. Nekoliko mjeseci kasnije došlo je do pokušaja oživljavanja foruma od strane korisnika *Stjepana*:

*„Mišljenja sam da trebamo oživjeti ovaj forum iz razloga što na ovaj forum dolaze i ljudi koji traže Boga... Trebali bi mi svojim primjerima, komentarima, i savjetima pomoći u tom traženju Boga... Zato, malo više se potrudimo oko foruma...”*<sup>44</sup>

Ipak, komunikacija korisnika putem ovog foruma nije zaživjela. Na ostalim forumima također nailazimo na pokušaje oživljavanja foruma i poticanje korisnika na razgovor objavljivanjem različitih tekstova, ali i ti pokušaji su bezuspješni i forumi ostaju prazni.

Nešto drugačija situacija je s knjigama dojmova koje predstavljaju prostore namijenjene komunikaciji jednog prema mnogima, ali su od korisnika prepoznate kao prostori za međusobnu komunikaciju mnogih prema mnogima. Ranije smo rekli o kojim se primjerima radi, a ovdje ćemo istaknuti da prema kriteriju o postojanju prostora za interakciju, ali i kriteriju prepoznavanja tog prostora od strane korisnika, možemo smatrati knjige dojmova manifestacijom *online religije*. Posebno je to vidljivo u slučajevima objavljivanja molitvi u kojima se korisnik moli za dobro svih članova zajednice. Istaknut ćemo primjer poruka u knjizi dojmova na web stranici župe Uznesenja Blažene Djevice Marije u Pregradi<sup>45</sup>. Povodom smrti župnika, u knjigu dojmova je 10 korisnika napisalo kratke molitve i izraze sućuti obitelji, prijateljima i poznanicima župnika. Na taj način podijelili su svoje osjećaje s drugim korisnicima i iskoristili ovaj prostor da bi učvrstili osjećaj zajedništva.

---

<sup>43</sup> <http://www.rjeczivota.hr> (8.8.2013.)

<sup>44</sup> <http://www.rjeczivota.hr/forum/> (8.8.2013.)

<sup>45</sup> [www.zupa.pregrada.hr](http://www.zupa.pregrada.hr) (24.7.2013.)

Uvijek ostaje otvoreno pitanje o kontroliranju objavljivanja sadržaja na službenim stranicama vjerskih zajednica. Župa Uznesenja Blažene Djevice Marije u Mariji Bistrici, primjerice, ima pravila i uvjete korištenja web stranice gdje, među ostalim, piše da „Svetište ne kontrolira sadržaj koji razmjenjuju korisnici te ne može garantirati točnost, porijeklo ili kvalitetu takvog sadržaja. U slučaju saznanja da neki sadržaj krši pravne propise RH ili narušava ugled Svetiste-Portala kao medija, Svetište zadržava pravo uklanjanja takvog sadržaja sa Svetiste-Portala bez prethodne obavijesti.“<sup>46</sup> Na još nekim stranicama poziva se korisnike da ne šalju neprimjerene sadržaje putem maila i da prilikom registracije upisuju istinite podatke jer će u slučaju kršenja ovih pravila ono što su napisali biti obrisano, a profil uklonjen. Pretpostavka je da i ostale stranice funkcioniraju na sličan način, iako to eksplicitno ne naglašavaju.

Potrebno je naglasiti i pojavu sve popularnijih društvenih mreža koje predstavljaju okruženje koje je mnogo jednostavnije koristiti, i od strane kreatora i od strane korisnika. Društvene mreže kreatorima profila omogućavaju vrlo jednostavno objavljivanje najrazličitijih sadržaja, a korisnicima brz i jednostavan pristup i reagiranje putem komentiranja, vođenja rasprava, dijeljenja sadržaja s drugima i slično. Naša analiza pokazala je da 34 vjerske zajednice na web stranicama imaju poveznice na svoje profile na nekoj od društvenih mreža, a nesumnjivo postoje i one koje nemaju web stranice, a imaju profile na društvenim mrežama. Istraživanje oblika komunikacije i eventualne pojave *online religije* na profilima na društvenim mrežama ostavljamo za neko drugo istraživanje. Ovdje smo samo željeli istaknuti da web stranice nisu jedini oblik prezentiranja vjerske zajednice na Internetu nego predstavljaju samo jedan dio mogućnosti koje pruža Internet, a koji smo istražili u ovom radu.

---

<sup>46</sup> [www.svetiste-mbb.hr](http://www.svetiste-mbb.hr) (24.7.2013.)

## 9. ZAKLJUČAK

U radu smo pružili pregled najvažnijih teorija i koncepata vezanih uz odnos religije i Interneta, prikazali smo religijsku situaciju u Hrvatskoj i prezentirali rezultate analize sadržaja koju smo proveli za potrebe ovog rada.

Istraživanjem koje smo proveli ispunili smo postavljena tri cilja istraživanja. Utvrdili smo koje se sve vrste sadržaja pojavljuju na analiziranim web stranicama te ispitali učestalost njihova pojavljivanja. Pregledom rezultata utvrdili smo da su kontakt informacije o zajednici, koje uključuju adresu sjedišta zajednice, broj telefona i telefaksa te adresu elektronske pošte, najzastupljeniji element na ovim web stranicama – javlja se u 98,4% slučajeva. Zaključili smo da se na analiziranim web stranicama najčešće pojavljuju elementi iz kategorije *informacije o zajednici* (sve web stranice sadrže barem po jedan od ovih elemenata) dok se najrjeđe pojavljuju elementi iz kategorije *mogućnosti sudjelovanja korisnika u životu zajednice putem Interneta* (čak 133 stranice, ili 72,3%, nemaju nijedan element iz ove kategorije).

Zatim smo pokazali da kod dvije kategorije – *informacije o vjerovanju i multimedijalni sadržaj* – postoji statistički značajna razlika u učestalosti objavljivanja sadržaja iz tih kategorija. U oba slučaja su web stranice netradicionalnih vjerskih zajednica imale više prosječne rezultate na konstruiranim indeksima. Objasnili smo ove razlike potrebom manje zastupljenih i manje poznatih vjerskih zajednica da se prezentiraju na Internetu sa što više informacija jer je to jedini medijski prostor koji im to dopušta, kao i raspršenošću pripadnika ovih vjerskih zajednica diljem Hrvatske kojima postojanje nekih od odvih sadržaja online omogućava doživljavanje osjećaja pripadnosti zajednici i kad nisu fizički prisutni.

Budući da nas je posebno zanimalo razlikovanje *religije online* i *online religije*, željeli smo utvrditi mogu li se među hrvatskim web stranicama pronaći oblici potonjega. Prikazali smo nekoliko primjera u kojima se prostor na web stranicama koristi za interakciju članova vjerske zajednice i omogućuje im postizanje drugačijih iskustava. Prema obrazloženim kriterijima, knjige dojmova na koje smo naišli na nekoliko stranica, mogu se smatrati manifestacijom *online religije*. Ipak, većina stranica predstavlja primjere *religije online* manifestirane kroz postavljanje informacija o

zajednici i vjerovanju te različitih multimedijalnih sadržaja bez pružanja mogućnosti interakcije korisnika putem Interneta.

Ovo istraživanje je, zbog prevelike količine religijskog sadržaja koji je moguće pronaći na Internetu, bilo ograničeno na jedan dio tog sadržaja i to na onaj koji se pojavljuje na službenim web stranicama vjerskih zajednica. Osim toga, nismo u obzir uzeli sve vjerske zajednice koje djeluju u Hrvatskoj nego samo registrirane do kojih smo došli uvidom u *Evidenciju vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj*. Razlozi ovom odabiru pojašnjeni su ranije u radu, a ono što je potrebno naglasiti u zaključku jest da postoji još mnogo prostora za istraživanja samog religijskog sadržaja, a onda i za daljnja istraživanja odnosa religije i Interneta.

Ipak, smatramo da smo ovim istraživanjem uspjeli poduzeti prvi potrebni korak ka istraživanju odnosa religije i Interneta na razini Hrvatske te doprinijeli izučavanju ovog fenomena.

## 10. LITERATURA

- Acquaviva, S., Pace, E. (1996). *Sociologija religija*. Zagreb: Societas
- Aračić, P., Črpić, G., i Nikodem, K. (2003). *Postkomunistički horizonti*. Đakovo: Biblioteka Diacovensia (Teologija u Đakovu)
- Baloban, J., Črpić, G. (2000). Određeni aspekti crkvenosti. *Bogoslovna Smotra*, 70 (2) 257-290
- Bjerke, A.R.(2012) Internet. U Juergensmeyer, M., Roof, W. C. *Encyclopedia of Global Religion*, SAGE Publications, 568-570. Preuzeto 10. listopada 2012. sa SAGE: <http://www.sagepub.com/books/Book225428>
- Botelho, J. (2005), *Using the Internet for religion: a study of the possible use of the Internet for religious purposes among the Catholics of the Archdiocese of Mumbai, India*, Thesis (Ph.D.), University of Westminster
- Campbell, H. A. (2005). *Exploring Religious Community Online: We Are One In The Network*. New York: Peter Lang Publishing
- Campbell, H. A. (2006). Religion and the Internet. *Communication Research Trends*, 1-24
- Campbell, H. A. (2010). *When Religion Meets New Media*. Abingdon: Routledge
- Carrigan, H. L. (2001). Seeking God in Cyberspace: Religion and the Internet. *Journal of Religious & Theological Information*, 4 (4) 55-82
- Casey, C. A. (2001). Online Religion and Finding Faith on the Web: An Examination of Beliefnet.org. *Proceedings of the Media Ecology Association*, 32-40.
- Castells, M. (2003). *Internet galaksija: Razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Cheong, P. H., Poon, J. P., Huang, S., Casas, I. (2009). The Internet Highway and Religious Communities: Mapping and Contesting Spaces in Religion-Online. *The Information Society*, 25 (5) 291-302.
- Cowan, D. E. (2007). Religion on the Internet. U J. A. Beckford, & J. N. Demerath, *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion* (str. 357-376). London: SAGE Publications.
- Črpić, G., Zrinščak, S. (2005). Između identiteta i svakodnevnog života: Religioznost u hrvatskom društvu iz europske komparativne perspektive. U J. Baloban, *U potrazi za identitetom* (str. 45-83). Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga.
- Črpić, G., Zrinščak, S. (2010). Dinamičnost u stabilnosti: Religioznost u Hrvatskoj 1999. i 2008. godine. *Društvena istraživanja*, 19 (1-2) 3-27.
- Dawson, L. L., Hennebry, J. (1999). New Religions and the Internet: Recruiting in a New Public Space. *Journal of Contemporary Religion*, 14 (1) 17-39.

- Dawson, L. L. (2000). Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies. U J. K. Hadden, D. E. Cowan, *Religion and the Internet: Research Prospects and Promises* (str. 25-54). New York: JAI.
- Dawson, L. L. (travanj 2001). *Cyberspace and Religious Life: Conceptualizing the Concerns and Consequences*. Preuzeto 14. studenog 2012. iz Center for Studies of New Religions: <http://www.cesnur.org/2001/london2001/dawson.htm>
- Dawson, L. L. (2005). The mediation of religious experience in cyberspace. U Højsgaard, M. T., Warburg M., *Religion and Cyberspace* (str. 15-37). New York: Routledge.
- Durkheim, É. (2008). *Elementarni oblici religijskog života*, Zagreb: Jesenski i Turk
- Fox, R. (2009). Journal of Religious & Theological Information. U King, R., *Theory/Religion/Critique: Classic and Contemporary Approaches*. New York: Columbia University Press.
- Goldberger, G. (2011). *Medijska prezentacija malih vjerskih zajednica u Hrvatskoj: Analiza sadržaja dnevnih novina. Doktorska dizertacija*. Zagreb.
- Helland, C. (2002). Surfing for Salvation. *Religion* , 32, 293-302.
- Helland, C. (2005). Online Religion as Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. *Online - Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1 (1).
- Højsgaard, M. T. (2005). Cyber-religion: On the cutting edge between the virtual and the real. U M. T. Højsgaard, Warburg, M. *Religion and Cyberspace* (str. 51-63). New York: Routledge.
- Højsgaard, M. T., Warburg, M. (2005). *Religion and Cyberspace*. Abingdon: Routledge.
- Hoover, S. M., Schofield Clark, L., Rainie, L. (2004). *Faith Online*. Washington D.C.: Pew Internet & American Life Project.
- Jambrek, S. (2008). Vjerske zajednice u Hrvatskoj: recenzija. *KAIROS - Evanđeoski teološki časopis*, 2 (2) 367-369.
- Kim, M. C. (2005). Online Buddhist Community: An alternative religious organization in the information age. U Højsgaard, M. T., Warburg, M. *Religion and Cyberspace* (str. 138-165). New York: Routledge.
- Larsen, E. (2001). *CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online*. Washington, D.C.: Pew Internet & American Life Project.
- Larsen, E. (2000). *Wired Churches, Wired Temples: Taking Congregations And Missions Into Cyberspace*. Washington, D. C. : Pew Internet & American Life Project.

- Lövheim, M., & Linderman, A. G. (2005). Constructing religious identity on the Internet. U Højsgaard, M. T., Warburg, M. *Religion and Cyberspace* (str. 121-137). New York: Routledge.
- Marinović Bobinac, A. (1991). *Analiza sadržaja tiska malih vjerskih zajednica u Zagrebu*. Zagreb: IDIS.
- Marinović Bobinac, A. (1995). Necrkvena religioznost u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 6 (20), 853-866.
- Marinović Bobinac, A. (2005). Dimenzija religioznog iskustva u Hrvatskoj: "šapat anđela" iz sociologijske perspektive. *Sociologija sela*, 43 (2) 339-370.
- Marinović Bobinac, A., Marinović Jerolimov, D. (2008). *Vjerske zajednice u Hrvatskoj*. Zagreb: Prometej.
- Marinović Jerolimov, D. (2005). Društvene i religijske promjene u Hrvatskoj: teorijsko-hipotetski okvir istraživanja. *Sociologija sela*, 43 (2) 289-302.
- Marinović Jerolimov, D. (2005). Tradicionalna religioznost u Hrvatskoj 2004.: između kolektivnoga i individualnoga. *Sociologija sela*, 43 (2) 303-338.
- Narodne novine (2002) *Zakon o pravnom položaju vjerskih zajednica*, Zagreb: Narodne novine d.d. 83
- Nikodem, K. (2004). Religijski identitet u Hrvatskoj: Dimenzije religijskog identiteta i socio-ekološke orijentacije. *Socijalna ekologija*, 13 (2-4) 257-285.
- Nikodem, K., rec. Cowan, D. E. (2005) *Cyberhenge. Modern Pagans on the Internet*, New York and London: Routledge, u: *Socijalna ekologija*, 2005. br 3, str. 259-265
- Nikodem, K., predavanje: *Novi religijski pokreti*, kolegij: Sociologija religije, Filozofski fakultet u Zagrebu/Odsjek za sociologiju, ak. god. 2009./2010.
- Nikodem, K., predavanje: *Virtualna stvarnost i kibernetički prostor*, kolegij: Sociologija cyber kulture, Filozofski fakultet u Zagrebu/Odsjek za sociologiju, ak. god. 2010./2011.
- Nikodem, K. (2011) Religija i Crkva: Pitanja institucionalne religioznosti u suvremenom hrvatskom društvu. *Socijalna ekologija*, 20 (1) 5-30
- Petrović, D. (2008). *U međumrežju: Internet i novi obrasci društvenosti*. Beograd: DIS PUBLIC.
- Pittman, A. (31. srpanj 2012). *How Churches Use Social Media*. Preuzeto 27. studeni 2012 iz Mashable Social Media: <http://mashable.com/2012/07/31/churches-social-media/>

*Popis stanovništva, kućanstava i stanova 31. ožujka 2001.: stanovništvo prema vjeri, po gradovima/općinama* (2003) Zagreb: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading: Addison Wesley Publishing Company.

*Statistički ljetopis Republike Hrvatske* (2011), Zagreb: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Soukup, P. A. (1999). Online Religion: A New Context for Religious Practice. *America*, 8-10.

Young, G. (2004). Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity. U Dawson, L.L., Cowan, D.E. *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (str. 93-106). New York: Routledge



## 11. PRILOZI

### Prilog 1. POPIS REGISTRIRANIH VJERSKIH ZAJEDNICA I NJIHOVIH SLUŽBENIH WEB STRANICA

#### I. KRŠĆANSKE ZAJEDNICE

##### a) TRADICIONALNO PRISUTNE KRŠĆANSKE ZAJEDNICE

1. KATOLIČKA CRKVA: [www.hbk.hr](http://www.hbk.hr)

ZAGREBAČKA NADBISKUPIJA: [www.zg-nadbiskupija.hr](http://www.zg-nadbiskupija.hr)

1. B.D.M. Kraljica apostola - Zaprešić: [www.mka.hr](http://www.mka.hr)
2. Bezgrešno Srce Marijino - Zagreb - Jordanovac: [www.zupa-jordanovac.hr](http://www.zupa-jordanovac.hr)
3. Bl. Augustin Kažotić - Zagreb – Peščenica: [www.kazotic.org](http://www.kazotic.org)
4. Marija Pomoćnica - Zagreb - Knežija: [www.zupa-knezija.hr](http://www.zupa-knezija.hr)
5. Navještenje B.D.M. - Velika Gorica: [www.navjestenje.hr](http://www.navjestenje.hr)
6. Pohod B.D.M. - Zagreb - Čučerje: [www.zupa-pbdm-cucerje.hr](http://www.zupa-pbdm-cucerje.hr)
7. Predragocjena Krv Isusova - Zagreb - Kozari Bok: [www.ofm.hr/kozari\\_bok](http://www.ofm.hr/kozari_bok)
8. Presveto Trojstvo - Karlovac: [www.franjevci-karlovac.hr](http://www.franjevci-karlovac.hr)
9. Sv. Antun Padovanski - Zagreb - Sveti Duh: [www.sv-antun.hr](http://www.sv-antun.hr)
10. Sv. Blaž - Zagreb - Centar: [www.svblaz.hr](http://www.svblaz.hr)
11. Sv. Franjo Ksaverski - Vugrovec Donji: [www.zupa-vugrovec.com](http://www.zupa-vugrovec.com)
12. Sv. Ivan Krstitelj - Ivanja Reka: [www.ivanjareka.zupa.hr](http://www.ivanjareka.zupa.hr)
13. Sv. Ivan Krstitelj - Zlata Bistrica: [www.zupa-zlata-bistrica.hr](http://www.zupa-zlata-bistrica.hr)
14. Sv. Jelene Križarice - Zabok: [www.zupa-zabok.org](http://www.zupa-zabok.org)
15. Sv. Josip - Zagreb - Trešnjevka: [www.zupa-svjosip.hr](http://www.zupa-svjosip.hr)
16. Sv. Katarina - Zagorska Sela: [www.zupa-zagorska-sela.com](http://www.zupa-zagorska-sela.com)
17. Sv. Križ – Zagreb – Siget: [www.zupa-svkriz.hr](http://www.zupa-svkriz.hr)
18. Sv. Nikola biskup - Zagreb - Stenjevec: [www.zupa-stenjevec2.hr](http://www.zupa-stenjevec2.hr)
19. Sv. Terezija od Djeteta Isusa - Zagreb - Miramarska: [www.malaterezija.hr](http://www.malaterezija.hr)
20. Sveta Obitelj - Zagreb - Držićeva: [www.zupa-svete-obitelji.hr](http://www.zupa-svete-obitelji.hr)
21. Sveta Tri kralja - Velika Erpenja: [www.velikaerpenja.com](http://www.velikaerpenja.com)
22. Uznesenje B.D.M. - Marija Bistrica: [www.svetiste-mbb.hr](http://www.svetiste-mbb.hr)
23. Uznesenje B.D.M. - Pregrada: [www.zupa.pregrada.hr](http://www.zupa.pregrada.hr)
24. Uznesenje B.D.M. - Zagreb - Remete: [www.zuparemete.net](http://www.zuparemete.net)

VARAŽDINSKA BISKUPIJA: [www.biskupija-varazdinska.hr](http://www.biskupija-varazdinska.hr)

1. Bl. Alojzije Stepinac - Koprivnica: [www.zupa-astepinca-kc.hr](http://www.zupa-astepinca-kc.hr)
2. Gospa Snježna - Trnovec: [www.zupa-trnovec.hr](http://www.zupa-trnovec.hr)
3. Majka Božja Fatimska - Orehovica Međimurska: [www.crkvaorehovica.blog.hr](http://www.crkvaorehovica.blog.hr)
4. Presveto Trojstvo - Ludbreg: [www.svetiste-ludbreg.hr](http://www.svetiste-ludbreg.hr)
5. Presveto Trojstvo - Nedelišće: [www.zupa-nedelisce.hr](http://www.zupa-nedelisce.hr)
6. Sedam žalosti B.D.M. i Sveti Križ - Kotoriba: [www.kotoriba.hr/zupa/zupa.htm](http://www.kotoriba.hr/zupa/zupa.htm)

7. Sv. Antun Padovanski - Čakovec: [www.ofm.hr/zupa\\_cakovec\\_jug](http://www.ofm.hr/zupa_cakovec_jug)
8. Sv. Antun Padovanski - Koprivnica: [www.ofm.hr/koprivnica/](http://www.ofm.hr/koprivnica/)
9. Sv. Antun Padovanski - Novi Marof: [www.zupanovimarof.com](http://www.zupanovimarof.com)
10. Sv. Elizabete Ugarske – Jalžabet: <http://zupa-jalzabet.org>
11. Sv. Fabijan i Sebastijan - Varaždin: [www.zupa-fis.hr](http://www.zupa-fis.hr)
12. Sv. Jelena - Šenkovec: [www.zupa-senkovec.hr](http://www.zupa-senkovec.hr)
13. Sv. Josip - Varaždin: [www.zupa-sv-josip-vz.hr](http://www.zupa-sv-josip-vz.hr)
14. Sv. Juraj mučenik - Sveti Juraj u Trnju: [www.zupa-sveti-juraj.hr](http://www.zupa-sveti-juraj.hr)
15. Sv. Juraj mučenik - Sveti Juraj na Bregu: [www.zupa-svetijurajnabregu.com](http://www.zupa-svetijurajnabregu.com)
16. Sv. Juraj mučenik - Sveti Đurđ Ludbreški: [www.sveti-juraj.org](http://www.sveti-juraj.org)
17. Sv. Luka evanđelist - Kalinovac: [www.zupa-svetog-luke-evangelista-kalinovac.hr](http://www.zupa-svetog-luke-evangelista-kalinovac.hr)
18. Sv. Martin biskup - Podturen: [www.podturen-zupa.hr](http://www.podturen-zupa.hr)
19. Sv. Martin biskup - Sveti Martin na Muri: [www.svetimartin-zupa.com](http://www.svetimartin-zupa.com)
20. Sv. Martin biskup - Varaždinske Toplice: [www.toplice.blog.hr](http://www.toplice.blog.hr)
21. Sv. Mihaela - Miholjanec: <http://free-zg.t-com.hr/Sveti-Mihael/>
22. Sv. Mihael arkandeo - Sračinec: [www.zupa-sracinec.hr](http://www.zupa-sracinec.hr)
23. Sv. Nikola biskup - Čakovec: [www.ofm.hr/zupa\\_cakovec](http://www.ofm.hr/zupa_cakovec)
24. Sv. Nikola biskup – Koprivnica: [www.zupasvnikolalc.hr](http://www.zupasvnikolalc.hr)
25. Sv. Nikola biskup - Varaždin: [www.zupa-sv-nikole-varazdin.hr](http://www.zupa-sv-nikole-varazdin.hr)
26. Sv. Rok – Draškovec: <http://zupa-sveti-rok.hr>
27. Sv. Vid i sv. Juraj mučenici - Mađarevo: [www.zupa-madjarevo.com](http://www.zupa-madjarevo.com)
28. Sv. Vid mučenik - Varaždin: [www.zupa-vid-varazdin.hr](http://www.zupa-vid-varazdin.hr)
29. Sv. Vid mučenik - Vidovec: [www.zupa-vidovec.hr](http://www.zupa-vidovec.hr)
30. Uznesenje B.D.M. - Biškupec: <http://zupa-biskupec.com>
31. Uznesenje B.D.M. - Molve: [www.zupa-molve.com](http://www.zupa-molve.com)

#### SPLITSKO-MAKARSKA NADBISKUPIJA: [www.nadbiskupija-split.com](http://www.nadbiskupija-split.com)

1. Gospa Sinjska - Sinj: [www.gospa-sinjska.hr](http://www.gospa-sinjska.hr)
2. Sv. Andrija apostol - Split - Sućidar: [www.svetiandrija.hr](http://www.svetiandrija.hr)
3. Sv. Josip - Split - Mertojak: [www.zupa-mertojak.info](http://www.zupa-mertojak.info)
4. Sv. Pavao apostol - Split - Pujanke: <http://pujanke.com>
5. Gospa od anđela - Trogir: [www.zupa-goatrogir.hr](http://www.zupa-goatrogir.hr)
6. Sv. Nikola - Metković: [www.zupa-sveti-nikola.hr](http://www.zupa-sveti-nikola.hr)
7. Uznesenje B.D.M. - Kaštel Lukšić: [www.zupa-luksic.com](http://www.zupa-luksic.com)

#### ŠIBENSKA BISKUPIJA: <http://www.sibenska-biskupija.hr>

1. Sv. Ante Padovanski - Šibenik - Šubićevac: [www.subicevac.hr](http://www.subicevac.hr)
2. Uzvišenje Svetog Križa - Krapanj-Brodarica: [free-si.t-com.hr/Brodarica](http://free-si.t-com.hr/Brodarica)

#### HVARSKA BISKUPIJA

1. Sv. Mihovil arkandeo - Dol: [www.zupa-dol-hvar.hr](http://www.zupa-dol-hvar.hr)

#### DUBROVAČKA BISKUPIJA: [www.dubrovska-biskupija.hr/portal/](http://www.dubrovska-biskupija.hr/portal/)

1. Velika Gospa - Rožat: [www.rozat.org](http://www.rozat.org)
2. Pomoćnica kršćana - Orebić: [www.zupaorebic.hr](http://www.zupaorebic.hr)
3. Sv. Josip - Vela Luka: [www.zupa-vela-luka.hr](http://www.zupa-vela-luka.hr)

4. Sv. Mihovil - Dubrovnik - Lapad: [www.zupa-svetog-mihajla-dubrovnik.com](http://www.zupa-svetog-mihajla-dubrovnik.com)

RIJEČKA NADBISKUPIJA: <http://ri-nadbiskupija.com>

1. Župe Veliki Brgud, Mune i Vodice (zajednička stranica): <http://zupa-brgud-mune.com>
2. Sv. Jelena Križarica - Kastav: [www.kastav-crkva.com](http://www.kastav-crkva.com)
3. Sv. Nikola Tavelić - Rijeka - Krnjevo: [www.svetinikola.hr](http://www.svetinikola.hr)

POREČKA I PULSKA BISKUPIJA: [www.biskupija-porecko-pulska.hr](http://www.biskupija-porecko-pulska.hr)

1. Sv. Agneza djevica i mučenica - Medulin: [www.zupa-medulin.com](http://www.zupa-medulin.com)
2. Sv. Juraj mučenik i sv. Eufemija djevica i mučenica - Rovinj: [www.zuparovinj.hr](http://www.zuparovinj.hr)
3. Sv. Kuzma i Damjan mučenici - Fažana: [www.zupa-fazana.com](http://www.zupa-fazana.com)
4. Sv. Pavao - Pula: [www.svetipavaopula.hr](http://www.svetipavaopula.hr)

GOSPIČKO-SENJSKA BISKUPIJA: [www.gospicko-senjska-biskupija.hr](http://www.gospicko-senjska-biskupija.hr)

1. Presveto Trojstvo - Otočac: [www.zupa-otocac.hr](http://www.zupa-otocac.hr)
2. Sv. Ilija - Sinac: [www.zupa-sinac.com](http://www.zupa-sinac.com)
3. Sv. Josip - Lički Osik: [www.zupa-svjosip-losik.hr](http://www.zupa-svjosip-losik.hr)
4. Sveti Križ - Ogulin: [www.zupa-svkriza-ogulin.hr](http://www.zupa-svkriza-ogulin.hr)
5. Uznesenje B.D.M. - Oštarije: [www.zupa-ostarije.com](http://www.zupa-ostarije.com)
6. Sv. Stjepan mučenik - Kompolje: [www.zupa-kompolje.hr](http://www.zupa-kompolje.hr)

ĐAKOVAČKO-OSJEČKA NADBISKUPIJA: <http://djos.hr/site/>

1. Bl. Alojzije Stepinac - Slavonski Brod: [www.zupa-stepinac.org](http://www.zupa-stepinac.org)
2. Duh Sveti - Slavonski Brod: [www.zupa-duha-svetoga-sb.hr](http://www.zupa-duha-svetoga-sb.hr)
3. Gospa brze pomoći - Slavonski Brod: [www.zupa-gospe-brze-pomoci.hr](http://www.zupa-gospe-brze-pomoci.hr)
4. Pohodjenje B.D.M. - Aljmaš: [www.svetiste-aljmas.hr](http://www.svetiste-aljmas.hr)
5. Preslavno Ime Marijino - Osijek: [www.imemarijino.hr](http://www.imemarijino.hr)
6. Presveto Srce Isusovo - Čeminac: [www.zupa-ceminac.hr](http://www.zupa-ceminac.hr)
7. Presveto Srce Isusovo - Vinkovci: [www.srce-isusovo.com](http://www.srce-isusovo.com)
8. Sv. Antun Padovanski - Podvinje: [www.podvinje.org](http://www.podvinje.org)
9. Sv. Barbara djevica i mučenica - Draž: [www.zupa-sv-barbare-draz.hr](http://www.zupa-sv-barbare-draz.hr)
10. Sv. Ćiril i Metod, slavenski apostoli - Osijek: [www.cirilimetod.hr](http://www.cirilimetod.hr)
11. Sv. Euzebij i Polion mučenici - Vinkovci: [www.euzebijaipoliona.net16.net](http://www.euzebijaipoliona.net16.net)
12. Sv. Filip i Jakov apostoli - Vukovar: [www.filipjakov-vu.com](http://www.filipjakov-vu.com)
13. Sv. Josip Radnik - Belišće: [www.zupa-belisce.com](http://www.zupa-belisce.com)
14. Sv. Josip Radnik - Vukovar - Borovo Naselje: [www.ofm.hr/borovo\\_naselje](http://www.ofm.hr/borovo_naselje)
15. Sv. Martin biskup - Privlaka: [www.zupa-sv-martin-b.hr](http://www.zupa-sv-martin-b.hr)
16. Sv. Nikola Tavelić - Županja: [www.zupa-nikole-tavelica.hr](http://www.zupa-nikole-tavelica.hr)
17. Sv. Petar i Pavao – Osijek: [www.svpetaripavao.hr](http://www.svpetaripavao.hr)
18. Sv. Rozalija djevica - Ivanovac: [free-os.t-com.hr/zupaivanovac](http://free-os.t-com.hr/zupaivanovac)
19. Uznesenje B.D.M. - Brodsko Vinogorje: [www.zupabrodskovinogorje.hr](http://www.zupabrodskovinogorje.hr)

POŽEŠKA BISKUPIJA: [www.pozeska-biskupija.com](http://www.pozeska-biskupija.com)

1. Duh Sveti - Feričanci: [www.zupa-fericanci.com](http://www.zupa-fericanci.com)

2. Duh Sveti - Gornji Bogičevci: [www.zupagornjibogicevci.hr](http://www.zupagornjibogicevci.hr)
3. Kraljica svete krunice - Cabuna: [www.cabuna.hr](http://www.cabuna.hr)
4. Presveto Trojstvo - Čačinci: [www.presvetotrojstvo.com](http://www.presvetotrojstvo.com)
5. Sv. Antun Padovanski - Našice: [www.zupa-nasice1.hr](http://www.zupa-nasice1.hr)
6. Sv. Petar apostol - Cernik: [www.zupa-cernik.hr](http://www.zupa-cernik.hr)
7. Sv. Toma apostol - Rajić: [sites.google.com/site/zupasvetitomarajic/home](http://sites.google.com/site/zupasvetitomarajic/home)

#### SISAČKA BISKUPIJA: [www.biskupija-sisak.hr](http://www.biskupija-sisak.hr)

1. Bl. pape Ivana Pavla II - Petrinja: [www.zupa-blivanapavla2.hr](http://www.zupa-blivanapavla2.hr)
2. Pohod B.D.M. - Sisak: [www.zupa-pohodabdm.hr](http://www.zupa-pohodabdm.hr)
3. Sv. Antun Padovanski i B.D.M. Kraljica mučenika - Lasinja: [www.zupa-sv-antuna.hr](http://www.zupa-sv-antuna.hr)
4. Sv. Josip Radnik - Sisak: [www.zupa-svjosiparadnika.hr](http://www.zupa-svjosiparadnika.hr)
5. Uznesenje B.D.M. - Kloštar-Ivanić: [www.zupa-klostar-ivanic.hr](http://www.zupa-klostar-ivanic.hr)
6. Uznesenje B.D.M. - Peščenica - Lekenik: [www.zupa-pescenica.hr](http://www.zupa-pescenica.hr)
7. Uzvišenje Svetog Križa - Sisak: [www.svetikrizsisak.hr](http://www.svetikrizsisak.hr)

#### BJELOVARSKO-KRIŽEVAČKA BISKUPIJA

1. Pohod B.D.M. - Draganec: [free-bj.t-com.hr/zupadraganec/](http://free-bj.t-com.hr/zupadraganec/)
2. Sv. Marija Magdalena - Bisag Veliki: [www.zupa-bisag.com](http://www.zupa-bisag.com)

#### 2. SRPSKA PRAVOSLAVNA CRKVA

1. Mitropolija Zagrebačko-ljubljanska: [www.mitropolija-zagrebicka.org](http://www.mitropolija-zagrebicka.org)
2. Eparhija gornjokarlovačka: [www.eparhija-gornjokarlovačka.hr](http://www.eparhija-gornjokarlovačka.hr)
3. Eparhija dalmatinska: [www.eparhija-dalmatinska.hr](http://www.eparhija-dalmatinska.hr)

#### 3. BUGARSKA PRAVOSLAVNA CRKVA: [www.bg-pravoslaven.hr](http://www.bg-pravoslaven.hr)

#### 4. MAKEDONSKA PRAVOSLAVNA CRKVA

#### 5. CRNOGORSKA PRAVOSLAVNA CRKVA U HRVATSKOJ

#### 6. EVANGELIČKA CRKVA U RH: [www.echr.hr](http://www.echr.hr)

1. Crkvena općina Split: [www.eco-split.com](http://www.eco-split.com)

#### 7. REFORMIRANA KALVINSKA KRŠĆANSKA CRKVA U HRVATSKOJ:

[www.reformator.hr](http://www.reformator.hr)

1. Crkvena općina Bjeliševac: <http://eklezija.org/>
2. Crkvena općina Kamenac: <http://kamenac.wordpress.com>
4. Crkvena općina Pleternica: <http://reformiran.org/>
5. Crkvena općina Vinkovci: <http://reformirani.wordpress.com>
6. Crkvena općina Zagreb: [www.rkczg.hr](http://www.rkczg.hr)

b) KRŠĆANSKI NOVI RELIGIJSKI POKRETI

1. CRKVA BOŽJA U RH: [www.crkvabozja.hr](http://www.crkvabozja.hr)
2. CRKVA CJELOVITOG EVANĐELJA: [www.cce.hr](http://www.cce.hr)
3. CRKVA ISUSA KRISTA SVETACA POSLJEDNJIH DANA:  
[www.crkvaisusakrista.hr](http://www.crkvaisusakrista.hr)
4. CRKVA KRISTOVIH UČENIKA
5. CRKVA RADOSNE VIJESTI: [www.crkva-radosne-vijesti.hr](http://www.crkva-radosne-vijesti.hr)
6. EVANĐEOSKA (PENTEKOSTNA) CRKVA U RH: [www.epc.hr](http://www.epc.hr)
7. EVANĐEOSKI KRŠĆANI
8. EVANGELIČKA CRKVA VALDESE
9. EVANGELIČKA METHODISTIČKA CRKVA U RH: [www.methodisti.hr](http://www.methodisti.hr)
10. HRVATSKA STAROKATOLIČKA CRKVA: [www.hrvatska-starokatolicka-crkva.com](http://www.hrvatska-starokatolicka-crkva.com)
11. JEHOVINI SVJEDOCI - KRŠĆANSKA VJERSKA ZAJEDNICA: [www.jw.org/hr](http://www.jw.org/hr)
12. KRISTOVA DUHOVNA CRKVA "MALOKRŠTENIH"
13. KRISTOVE CRKVE U HRVATSKOJ: [www.kristove-crkve.hr](http://www.kristove-crkve.hr)
  1. Kristova crkva - Zaprešić: [www.kristovacrkva.org/](http://www.kristovacrkva.org/)
14. KRŠĆANSKA ADVENTISTIČKA CRKVA U HRVATSKOJ: <http://adventisti.hr>
15. KRŠĆANSKA NAZARENSKA ZAJEDNICA HRVATSKE
16. KRŠĆANSKA NEOPENTEKOSTALNA CRKVA U RH
17. KRŠĆANSKA PROROČKA CRKVA
18. MEĐUNARODNA UJEDINJENA PENTEKOSTNA CRKVA U RH
19. NEOVISNA BAPTISTIČKA CRKVA "STABLO ŽIVOTA":  
[www.stablozivota.com](http://www.stablozivota.com)
20. NOVOAPOSTOLSKA CRKVA U RH: [www.nacrkva.hr](http://www.nacrkva.hr)
21. PROTESTANTSKA REFORMIRANA KRŠĆANSKA CRKVA U RH:  
<http://prkc.hr>

22. REFORMATSKA KRŠĆANSKA CRKVA MAĐARA U HRVATSKOJ
23. REFORMNI POKRET ADVENTISTA SEDMOG DANA: [www.rpasd.hr](http://www.rpasd.hr)
24. SAVEZ BAPTISTIČKIH CRKAVA U RH: [www.baptist.hr](http://www.baptist.hr)
1. BC Čakovec: [www.betanija.hr](http://www.betanija.hr)
  2. BC Mačkovec: [www.bcmackovec.com](http://www.bcmackovec.com)
  3. BC Pušćine: [www.bcpuscine.org](http://www.bcpuscine.org)
  4. BC Zagreb: [www.bczagreb.hr](http://www.bczagreb.hr)
  5. BC "Emanuel" Krapina: [www.bce.hr](http://www.bce.hr)
  6. BC Čakovec s Pastoralnim Centrom: [www.bcpc.hr](http://www.bcpc.hr)
  7. BC 'Betel' Sisak: [www.betel.hr](http://www.betel.hr)
  8. BC Varaždin: [www.krscanskicentar.com.hr](http://www.krscanskicentar.com.hr)
26. SAVEZ CRKAVA "RIJEČ ŽIVOTA": [www.rijeczivota.hr](http://www.rijeczivota.hr)
1. Pula i Rijeka: [www.slijedisusa.com/](http://www.slijedisusa.com/)
27. SAVEZ KRISTOVIH PENTEKOSTNIH CRKAVA U RH: <http://pentekost.hr>
28. SLOBODNA KATOLIČKA CRKVA
29. UNIVERZALNI ŽIVOT: [www.universelles-leben.org/cms/hr](http://www.universelles-leben.org/cms/hr)

## II. NEKRŠĆANSKE ZAJEDNICE

### a) TRADICIONALNO PRISUTNE NEKRŠĆANSKE ZAJEDNICE

1. ISLAMSKA VJERSKA ZAJEDNICA: [www.islamska-zajednica.hr](http://www.islamska-zajednica.hr)
  1. Medžlis islamske zajednice Rijeka: [www.medzlis-rijeka.org/](http://www.medzlis-rijeka.org/)
  2. Medžlis islamske zajednice Pula: <http://medzlis.org/>
  3. Medžlis islamske zajednice Sisak: [www.medzlis-sisak.net/wordpress/](http://www.medzlis-sisak.net/wordpress/)
  4. Medžlis islamske zajednice Split: <http://medzlis-split.org/>
  5. Medžlis islamske zajednice Gunja: [www.medzlisgunja.com](http://www.medzlisgunja.com)
2. KOORDINACIJA ŽIDOVSKIH OPĆINA U RH: [www.croatian-jewish-network.com](http://www.croatian-jewish-network.com)
  1. Osijek: [www.zo-osijek.hr](http://www.zo-osijek.hr)
  2. Rijeka: [www.zidovska-opcina-rijeka.hr](http://www.zidovska-opcina-rijeka.hr)
  3. Split: [www.zost.hr](http://www.zost.hr)
  4. Zagreb: [www.zoz.hr](http://www.zoz.hr)
3. ŽIDOVSKA VJERSKA ZAJEDNICA BET ISRAEL: [www.bet-israel.com](http://www.bet-israel.com)

### b) NETRADICIONALNE NEKRŠĆANSKE ZAJEDNICE

1. BAHAI ZAJEDNICA HRVATSKE: [www.bahai.hr](http://www.bahai.hr)
2. BUDISTIČKA VJERSKA ZAJEDNICA HRVATSKE - DRAHMALOKA: [www.budisticki-centar.hr](http://www.budisticki-centar.hr)

3. HINDUISTIČKA VJERSKA ZAJEDNICA HRVATSKE

4. SCIJENTOLOŠKA CRKVA

5. VAIŠNAVSKA VJERSKA ZAJEDNICA U RH: [www.vvz.hr](http://www.vvz.hr)

1. Rijeka: [www.harekrsna-ri.com](http://www.harekrsna-ri.com)

## Prilog 2. MATRICA ZA ANALIZU SADRŽAJA

1. NAZIV VJERSKE ZAJEDNICE
2. KATEGORIJA VJERSKE ZAJEDNICE (1-4):
  1. Tradicionalno prisutna kršćanska zajednica
  2. Kršćanski novi religijski pokret
  3. Tradicionalno prisutna nekršćanska zajednica
  4. Netradicionalna nekršćanska zajednica
3. KATEGORIJA WEB STRANICE (1-4):
  1. Stranica vjerske zajednice
  2. Stranica saveza/koordinacije vjerskih zajednica
  3. Stranica vjerske zajednice koja djeluje unutar saveza/koordinacije vjerskih zajednica
  4. Stranica ogranka vjerske zajednice (nadbiskupija, biskupija, župa, medžlis, mitropolija, eparhija i sl.)

### A) INFORMACIJE O ZAJEDNICI

4. POVIJEST ZAJEDNICE U SVIJETU (0-nema informaciju, 1-ima informaciju)
5. POVIJEST ZAJEDNICE U HRVATSKOJ (0-1)
6. USTROJ ZAJEDNICE (0-1)
7. ORGANIZACIJE UNUTAR ZAJEDNICE (0-1)
8. AKTIVNOSTI ZAJEDNICE (0-1)
9. HUMANITARNO DJELOVANJE (0-1)
10. Ako postoji informacija o humanitarnom djelovanju, prema kome je to djelovanje usmjereno (1-5)
  1. stariji građani
  2. obitelji slabijeg imovinskog statusa
  3. obitelji s više djece
  4. bolesni
  5. prema nekom drugom (kome?)
11. NERELIGIJSKI PROGRAMI (sportske aktivnosti, druženja mladih i sl. 0-1)
12. INFORMACIJE O GLAVNOM ČLANU (predstojnik, župnik, pastor, rabin..0-1)
13. POPIS VJERSKIH SLUŽBENIKA (svećenici, imami, pastori, rabini... 0-1)
14. DOKUMENTI (npr. statut zajednice, ugovor s državom, 0-1)  
KOJI SU TO DOKUMENTI:
15. Ugovor o pitanjima od zajedničkog interesa između Vlade i Crkve (0-1)
16. Rješenje o upisu u Evidenciju vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj (0-1)
17. Statut vjerske zajednice (0-1)
18. Zakon o pravnom položaju vjerskih zajednica u Hrvatskoj (0-1)
19. nešto drugo (tekst)
20. FINANCIRANJE (postoji li informacija o načinu na koji se zajednica financira, 0-1)
21. DONACIJE (0-1)
22. POPIS MJESTA OKUPLJANJA (crkve, hramovi, džamije.. 0-1)
23. RASPORED OBREDA/BOGOSLUŽJA (0-1)
24. KAKO POSTATI ČLAN VJERSKE ZAJEDNICE (0-1)



25. STATISTIKA ZAJEDNICE (0-1)
26. KONTAKT INFORMACIJE (adresa sjedišta zajednice, adresa elektronske pošte, telefon, fax, 0-1)
27. OSTALO (tekst)

#### B) INFORMACIJE O VJEROVANJU

28. TEMELJNA VJEROVANJA ZAJEDNICE (0-1)
29. OBREDI (0-1)
30. BLAGDANI (0-1)
31. RELIGIJSKI TEKSTOVI  
KAKVI SE SVE RELIGIJSKI TEKSTOVI OBJAVLJUJU NA STRANICAMA:
32. SVETE KNJIGE I SVETI SPISI (svete knjige poput Biblije ili Kurana, ili njihovi djelovi, dostupni online, 0-1)
33. MOLITVE (0-1)
34. STANDARDI ŽIVLJENJA VJERNIKA (upute, savjeti, 0-1)
35. SVJEDOČANSTVA VJERSKIH SLUŽBENIKA ILI VJERNIKA (0-1)
36. DUHOVNE MISLI (0-1)
37. MISIJA VJERSKE ZAJEDNICE (0-1)
38. TEKSTOVI O VJERSKIM LIČNOSTIMA (sveci, proroci, učitelji i sl. 0-1)
39. OSTALO (tekst)

#### C) NOVOSTI VEZANE UZ ZAJEDNICU

40. NAJAVE DOGAĐANJA VEZANIH UZ ZAJEDNICU ILI ORGANIZIRANIH OD STRANE ZAJEDNICE (0-1)
41. IZVJEŠTAJI S DOGAĐANJA (0-1)
42. VIJESTI I OSVRTI NA DOGAĐAJE IZ DRUŠTVENOG ŽIVOTA ŠIRE ZAJEDNICE KOJI SU NA NEKI NAČIN POVEZANI SA ZAJEDNICOM (0-1)
43. OSTALO (tekst)

#### D) MULTIMEDIJALNI SADRŽAJ

44. GALERIJA FOTOGRAFIJA (0-1)
45. FOTOGRAFIJE KAO DODATAK VIJESTIMA (0-1)
46. TEMA FOTOGRAFIJA:
  1. Fotografije s okupljanja vjernika (0-1)
  2. Fotografije istaknutih članova zajednice/vjerskih službenika (0-1)
  3. Fotografije građevina/mjesta okupljanja vjernika (0-1)
  4. Slike vjerske tematike (slike svetaca, vjerskih simbola i sl., 0-1)
  5. Ostalo (tekst)
47. VIRTUALNA ŠETNJA GRAĐEVINAMA (crkvom, hramom i sl., 0-1)
48. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP KNJIGAMA (0-1)
49. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP TEKSTUALNIM PROPOVIJEDIMA I PREDAVANJIMA (0-1)
50. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP RELIGIJSKIM TEKSTOVIMA (0-1)
51. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP ČASOPISIMA (0-1)
52. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP GLAZBI (0-1)

53. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP DRUGIM AUDIO SADRŽAJIMA (predavanja, propovijedi, 0-1)
54. BESPLATNO PREUZIMANJE ILI PRISTUP VIDEO SADRŽAJIMA (snimke s okupljanja, seminara, propovijedi, filmovi religijske tematike, 0-1)
55. PRODAJA KNJIGA (mogućnost online narudžbe, 0-1)
56. PRODAJA ČASOPISA (mogućnost online narudžbe, 0-1)
57. PRODAJA GLAZBE (mogućnost online narudžbe, 0-1)
58. PRODAJA DVD-A (mogućnost online narudžbe, 0-1)
59. PRODAJA RAZLIČITIH PREDMETA (mogućnost online narudžbe, 0-1)
60. OSTALO (tekst)

E) POPRAVNI SADRŽAJ

61. MOGUĆNOST PRETRAŽIVANJA STRANICE (0-1)
62. POVEZNICE NA PROFIL ZAJEDNICE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA (0-1)
63. POVEZNICE NA DRUGE STRANICE (0-1)
64. BROJAČ KORISNIKA (0-1)
65. KARTA S UPUTAMA ZA PRONALAZENJE SJEDIŠTA ZAJEDNICE (0-1)
66. RADIO-STREAMING (online pristup radio stanici vjerske zajednice, 0-1)
67. OSTALO (tekst)

F) MOGUĆNOSTI SUDJELOVANJA KORISNIKA U ŽIVOTU ZAJEDNICE PUTEM INTERNETA

68. REGISTRACIJA KORISNIKA (što dopušta korisniku komentiranje, ocjenjivanje sadržaja i sl., 0-1)
69. MOGUĆNOST KOMENTIRANJA SADRŽAJA (0-1)
70. MOGUĆNOST OCJENJIVANJA SADRŽAJA/STRANICE (0-1)
71. PRIJAVA NA LISTU ZA DOPISIVANJE (0-1)
72. FORUM (0-1)
73. ONLINE ANKETA (0-1)
74. OSTALO (tekst)

## SAŽETAK

U radu su prezentirani rezultati analize sadržaja provedene na uzorku od 184 službene web stranice registriranih vjerskih zajednica u Hrvatskoj. Cilj istraživanja bio je utvrditi koje se sve vrste sadržaja pojavljuju na web stranicama vjerskih zajednica, ispitati učestalost njihova pojavljivanja te ispitati postoje li razlike u učestalosti objavljivanja različitih vrsta sadržaja između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica. Osim toga namjera je bila prepoznati i opisati elemente *religije online* i *online religije* na analiziranim web stranicama. Rezultati su pokazali da se na ovim stranicama najčešće pojavljuju kontakt informacije poput adrese sjedišta vjerske zajednice, broja telefona i telefaksa te adrese elektronske pošte. Slijede popisi mjesta okupljanja te informacije o povijesti zajednice u Hrvatskoj. Najrjeđe se na ovim web stranicama pojavljuju mogućnosti za sudjelovanje korisnika u životu zajednice putem Interneta što uključuje mogućnost registracije korisnika na web stranicu, mogućnosti komentiranja i ocjenjivanja sadržaja, prijavu na listu za dopisivanje, ispunjavanje online ankete i forum. Ustanovili smo da postoji statistički značajna razlika između tradicionalnih i netradicionalnih vjerskih zajednica u slučaju objavljivanja informacija o vjerovanju zajednice i postavljanju multimedijalnog sadržaja na službene web stranice. U oba slučaja je pojavljivanje tih vrsta sadržaja učestalije na web stranicama netradicionalnih vjerskih zajednica. Konačno, pokazalo se da većina analiziranih web stranica predstavlja primjere *religije online*, dok se elementi koje smo okarakterizirali kao manifestaciju *online religije* javljaju u rijetkim slučajevima i to u obliku *knjiga dojmova* koje su od strane korisnika prepoznate kao prostori za interakciju.

*Ključne riječi:* religijski sadržaj na Internetu, vjerske zajednice u Hrvatskoj, *religija online*, *online religija*

## SUMMARY

Present paper brings the results of content analysis of 184 official websites of registered religious groups in Croatia. The aims of this study were to determine all types of content appearing on the website of religious groups, to examine the frequency of their occurrence and to examine whether there were differences in frequency of publishing different types of content between traditional and non-traditional religious groups. Besides that, the intention was to identify and describe the elements of *religion online* and *online religion* in analyzed websites. The results showed that the most frequent type of content was contact information, including address of religious group, phone and fax number, and e-mail address. Then there are lists of group's meeting places and information about the history of the group in Croatia. Opportunities for user participation in group's life through the Internet are the rarest. That includes the possibility of user registration on the website, leaving comments and evaluation of content, application to the mailing list, online surveys and forums. It has been found that there is a statistically significant difference between traditional and non-traditional religious groups in publishing information about their beliefs and setting up multimedia content on their official websites. In both cases, the occurrence of these types of content is more frequent on websites of non-traditional religious groups. Finally, it turned out that most of the analyzed websites present examples of *religion online*, and the elements that we have characterized as a manifestation of *online religion* occur in rare cases, mostly as guestbooks that are recognized by users as a space for interaction.

*Keywords:* religious content on the Internet, religious groups in Croatia, religion *online*, *online religion*